

conocer el estado de la situación y citar los antecedentes de sus proyectos buscando producciones realizadas en el mismo ámbito en el que están trabajando ellos. La búsqueda puede realizarse por área, carreras, líneas temáticas, categorías y autores. Publicaciones DC: en este sitio están, en formato digital, todas las publicaciones de todas las líneas editoriales de la Facultad. El estudiante puede consultar artículos o bien descargar la publicación íntegra. Trabajos Reales para Clientes Reales: en este proyecto, tal como se expresa en el sitio mencionado: “ los estudiantes de diferentes carreras analizan, estudian y resuelven necesidades y pedidos de ideas, proyectos, campañas, productos y otras creaciones, que diversas empresas, instituciones y organizaciones sin fines de lucro solicitan a la Universidad de Palermo.” Los estudiantes pueden consultar las creaciones de este proyecto que funciona ininterrumpidamente desde el año 2009. UPPER: se trata de una revista digital vinculada al Proyecto Pedagógico Tendencias Palermo en donde se publican y difunden las imágenes de producción de moda seleccionadas por un jurado de la Facultad.

Los foros, exposiciones y muestras son innumerables y las áreas o carreras que están involucradas son diseño de interiores, industrial, espectáculos (maquetas y prototipos o muestras de fragmentos en escena)

La red de visibilidad es una evidencia más de la concreción del curriculum por proyecto y no sólo provee de recursos pedagógicos realizados en la misma Facultad a los estudiantes que lo requieran sino que se convierte en una motivación para la mejora de la calidad de la producción. Si el estudiante es consciente de que su obra lo va a representar más allá de los límites del aula y el taller, nace en él un genuino interés en comprometerse en la construcción colectiva del conocimiento y de promover la calidad en las producciones en las que participa. El estudiante en su proceso de aprendizaje construye oportunidades de aprendizaje para que las utilicen sus pares.

Referencias bibliográficas:

Ander-Egg, E. (1999). *El taller: una alternativa de renovación pedagógica*. Buenos Aires: Magisterio del Río de La Plata.

Caram, C. (2009). *Proyectos Pedagógicos en Diseño y Comunicación*. Reflexión Académica en Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo.

Carlino, P. (2005). *Escribir, leer y aprender en la universidad*. México: Fondo de Cultura Económica.

Roselli, N. (1999). *La construcción sociocognitiva entre iguales*. Rosario: IRICE.

Abstract: The curriculum by project that the student considers to be the protagonist of the learning process and classroom-workshop's main teaching strategy. In this sense we must consider the production of students as an educational resource to be used by the faculty, teachers and their peers as reference for discussion, paradigm, indicator of trends and object of evaluation of all the processes carried out by the educational community. To achieve this goal of transcendence of the classroom, the faculty created a rich and complex network of production visibility.

Keywords: visibility - teaching resource - teaching strategy - pedagogical project.

Resumo: O curriculum por projeto considera que o estudante deve ser o protagonista do processo de aprendizagem e o sala de aula-workshop a principal estratégia pedagógica. Neste sentido deve ser considerado à produção dos estudantes como recurso pedagógico para ser utilizado pela Faculdade, os docentes e seus pares como referente de debate, paradigma, indicador de tendências e objeto de avaliação de todos os processos levados a cabo pela comunidade educativa. Para conseguir este objetivo de transcendência da sala de aula, a Faculdade criou uma complexa e rica rede de visibilidade da produção.

Palavras Chave: visibilidade - recurso pedagógico - projeto pedagógico - estratégia de ensino.

(*) **Carlos Caram:** Arquitecto (UBA, 1989). Profesor Universitario (UMSA, 2005). Profesor de la Universidad de Palermo en el Departamento de Diseño Visual de la Facultad de Diseño y Comunicación. Coordina Gestión Académica en la misma.

Los descubrimientos a través de los tiempos.

Agustina Caride (*)

Fecha de recepción: agosto 2013
Fecha de aceptación: octubre 2013
Versión final: diciembre 2013

Resumen: A lo largo de los siglos, las sociedades tuvieron que ir modificando costumbres, adaptándose a los cambios ocasionados por la tecnología. ¿Cómo se vive hoy la digitalización? ¿Cómo controlar y manejar el uso de las nuevas herramientas que ofrece la tecnología? Son preguntas que están hoy sobre la mesa y que aquí se exploran, pensando sobre todo en el futuro del libro y el papel, en función de la pantalla y la imagen.

Palabras clave: digitalización - adaptación - pantalla - papel - imagen - nuevas tecnologías - cambio tecnológico.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 134]

La tecnología y los cambios que genera la era digital en la comunicación.

En octubre de 1492, Colón veía tierra y descubría América. En 1752 Benjamin Franklin remontaba cometas en medio de una tormenta para demostrar que los rayos eran una forma de electricidad. En 1879 Thomas Edison inventaba la lamparita de luz y en 1969 el hombre no sólo llegaba a la luna, sino que toda la humanidad fue testigo a través de un televisor.

Cada siglo tuvo una denominación y se inscribió bajo un título que lo define. El siglo XIX es conocido como la era de las revoluciones por los cambios sociales que modificaron las estructuras de poder. Al siglo XX le corresponde ser el siglo de los extremismos, ya que comenzó con guerras mundiales y terminó con la globalización. Y por último, el siglo XXI nos está obligando a transitar la era de la digitalización. El presente se caracteriza por el control de la información a nivel global, quien la controla y quien accede a ella tendrá las mejores oportunidades. La digitalización experimentó un enorme cambio que dio lugar a nuevos dispositivos de almacenamiento de datos. Surgen las redes sociales, las memorias flash, se expande la telefonía móvil y se pierden teclas. Todo es *touch*.

Hasta hace no mucho tiempo, el progreso tecnológico daba un respiro. Existían, entre descubrimiento y descubrimiento, los años necesarios para entender la tecnología y asimilarla. Hoy el avance es tan rápido que, por lo menos para aquellos que nacieron en la era analógica, cuesta aprehenderlo. En el presente un chico no sabe lo que es discar un teléfono y en breve tampoco sabrá lo que es apretar un botón. Frente a un televisor, un niño de dos años busca tocar la pantalla con la yema de su dedo índice y rechaza la existencia del control remoto. No entra en su entendimiento la posibilidad de cambiar el canal sino es deslizant el dedo sobre la pantalla. Y nos espanta. Y nos preguntamos hacia dónde iremos del mismo modo que al inventarse el automóvil los ciclistas creyeron que sería el fin de la bicicleta.

La humanidad fue evolucionando, si entendemos la evolución como un avance y un cambio en la forma o calidad de vida y en el modo de comunicarse. Y en cada era surgieron las mismas preguntas ¿Cómo se sobrevive al cambio? ¿Qué se hace con lo viejo? ¿Es viejo, lo viejo? ¿Es bueno lo nuevo? El miedo al cambio y a lo nuevo, es viejo. Pero también sabio. Es ese miedo el que ayuda a avanzar con prudencia, a detenernos, a pensar antes de caminar, a utilizar “lo nuevo” con sabiduría. La invención de la fotografía no eliminó a la pintura, ni el cine abolió a la literatura. Durante el siglo XIX surgieron los diccionarios, las enciclopedias y las colecciones de libros. “Revolución silenciosa” es el nombre que el historiador cultural francés, Jean-Ives Mollier, le da al hecho de que explotara la palabra escrita, ampliando considerablemente la cantidad de lectores y llevando al mundo a la cultura de masas como consecuencia del desarrollo de las industrias culturales. La publicación de periódicos masivos, la creación de colecciones editoriales y la publicación a una mayor cantidad de escritores asustó a los sectores más conservadores.

Como toda novedad, existe aceptación y rechazo. Con la aparición del folletín la clase alta temió que los niños

dejaran de trabajar o que el interés por la lectura alejara a las mujeres de los quehaceres domésticos. Un temor similar surgió con la llegada del televisor y lo mismo podemos pensar hoy al ver a los chicos sentados el día entero frente a una computadora con acceso a Internet. Si en el pasado se temió que la lectura desviara las atenciones y modificara el estilo de vida, hoy quisiéramos que los chicos abandonaran la pantalla y tomaran un libro.

Sin embargo en Japón, donde se creía que los jóvenes iban a dejar de leer, el manga o historieta junto al celular, dieron origen al *keitaihosetsu*, un relato que sólo puede leerse en ese soporte. La literatura infantil y juvenil creció considerablemente en los últimos años, a pesar de la Playstation y la Wii, y esa demanda llevó al surgimiento de muchos ilustradores que, a su vez, comenzaron a trabajar digitalmente. Existe una versión de *Alicia en el país de las maravillas* que al posar el dedo sobre el árbol, la imagen comienza a moverse y a deslizarse mostrando el modo en que Alicia cae.

La literatura infantil es un ejemplo de cómo se fusionó el papel con la pantalla que, incluso a veces, muestra la imagen en 3D. Las editoriales sumaron la herramienta tecnológica y no por eso todos los libros serán digitales. Existen otras formas, como *Nocturno, recetario de sueños*, un libro que no podría ser editado de otra manera que no sea en papel, ya que sus imágenes están hechas para que brillen en la oscuridad. El papel lo hace mágico y de volverlo electrónico cambiaría la esencia y ya sería otro el lenguaje.

Los distintos soportes funcionan hoy como una herramienta para conocer el universo. La poesía, por ejemplo, está perdiendo espacio dentro del mundo editorial tradicional, por lo menos en nuestro país. Sin embargo dentro del espacio virtual uno puede acceder a una cantidad de poetas de otros países, generando un intercambio literario similar al que en otros tiempos se daba a través de la correspondencia escrita. Lo que en el pasado fue epistolar, hoy es virtual.

En el presente se editan las cartas entre Van Gogh y su hermano Teo; se encuentra la correspondencia que mantuvo Cortázar con sus colegas o notas preparatorias de un gran artista, bocetos y borradores que forman un material invaluable ya que permiten observar los mecanismos de la creación, así como las reflexiones del artista. Mañana, cuando la ciencia y la tecnología hayan avanzado hacia un nuevo soporte y hayan transformado la manera de comunicar, serán encontrados y valorados los muros o los twitters de aquellas personas dignas de ser recordadas e investigadas. En lugar de abrir cajones al pasado, se abrirán celulares. Y en vez de una hoja extraída de un sobre lo que se leerá será un chip. En uno y otro caso la herramienta cambia, lo que perdura es el contenido.

Conclusión

Umberto Eco contaba en una entrevista que una vez creyó perder un *pendrive* y se desesperó. Ahí estaban los últimos treinta años de trabajo. Cuando lo encontró, se dio cuenta de lo fácil que es perder un *pendrive*, pero lo difícil que es perder toda una biblioteca.

Los neandertales descubrieron el fuego y le tuvieron miedo y respeto. Al usarlo descubrieron que los ca-

lentaba, que cocía sus carnes y fundía metales. Con el paso de los años el hombre le perdió el miedo y dejó de respetarlo. Y entonces ese mismo fuego también quemó libros, borró la memoria de civilizaciones, arrasó con bosques y con pueblos. Hay que aceptar lo nuevo recordando conceptos antiguos y sin olvidar que el miedo al cambio es histórico, pero también prudente.

Abstract: Throughout the centuries, societies had to be modifying customs and adapting to the changes brought by technology. How digitizing lives today? How to control and manage the use of the new tools offered by technology? These are questions that are now on the table and explored here, mainly thinking about the future of books and paper, depending on the screen and the image.

Keywords: adaptation - screen - paper - image - technological change - new technologies - book.

Resumo: Ao longo dos séculos, as sociedades tiveram que ir modificando costumes, adaptando às mudanças trazidas pela tecnologia. ¿Como se vive hoje a digitalização? ¿Como controlar e gerenciar o uso das novas ferramentas que oferece a tecnologia? São perguntas que estão hoje sobre a mesa e que aqui se exploram, pensando sobretudo no futuro do livro e o papel, em função da tela e a imagem.

Palavras chave: digitalização - adaptação - tela - papel - imagem - novas tecnologias - transformação tecnológica - livro.

(*) **Agustina Caride:** Lic. en Filosofía y Letras (UBA)

Marcas destino. Desafíos para pensarlas desde las Ciencias Sociales.

Fecha de recepción: agosto 2013
Fecha de aceptación: octubre 2013
Versión final: diciembre 2013

Verónica Devalle (*)

Resumen: El artículo reflexiona sobre los modos de concebir la ciudad desde el branding con la hipótesis de que perviven en esos planteos definiciones esencialistas sobre lo que significa la construcción de un nosotros en la ciudad. Una discusión que renueva las clásicas formulaciones sobre la proyección de pertenencia y ciudadanía.

Palabras clave: marca país - marca ciudad - ciudadanía - identidad - gestión cultural.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 138]

En el año 2005 a sólo tres años de la crisis económica y financiera que marcó el fin de la convertibilidad, llegó a la ciudad de Buenos Aires el reconocido diseñador catalán Toni Puig, uno de los principales referentes e impulsores del concepto “marca ciudad”. Fue presentado de forma heroica en los medios de comunicación y en las universidades en donde ofreció una serie de conferencias. La crítica periodística señalaba que veinticinco años de trabajo en el ayuntamiento de Barcelona le habían permitido coronar su carrera como gestor cultural al idear -junto a un equipo sólido- el recambio de imagen de la ciudad industrial más importante de España. Esa mágica operación que hizo de Barcelona una ciudad europea, meca cultural, sinónimo de diversidad, modernidad y diseño. De hecho, el diario La Nación, así lo presentaba:

“Especialista español en gestión cultural, fue uno de los gestores del florecimiento de Barcelona en los últimos lustros. Hoy difunde el concepto de “marca ciudad”, una idea fuerza alrededor de la cual toda urbe -dice- debe convocarse y hacerse visible (...) se trata de entrevistar al mismísimo especialista en gestión cultural que difundió el concepto de “marca ciudad” y uno de los constructores de la “marca Bar-

celona”, detrás de la cual hay una urbe que en veinte años pasó de jugar en segunda a ser la ciudad con mejor calidad de vida de Europa, según una encuesta de European Cities Monitor.”

El plus valor que tuvo en su momento la presentación de Puig fue el hecho de vincular la idea de marca a la gestión pública de una ciudad. Esto, que a todas luces corría el riesgo de ser leído en los términos de la más pura mercantilización de procesos sociales tuvo -sin embargo- buena acogida porque fue interpretado, tal como se esperaba, como un vehículo de creación de ciudadanía. Una forma moderna, actualizada de lograr que los ciudadanos empaticen con su ciudad.

“En el ’79, cuando los socialistas llegan al ayuntamiento, le ofrecen a Puig el área dedicada a juventud. A partir de entonces, será uno de los impulsores de la transformación que llevaría a la ciudad de Miró y Gaudí a erigirse en una de las grandes capitales culturales de Europa. Con varios libros en su haber, hoy Puig es uno de los autores del programa cultural del jefe de gobierno español, José Luis Rodríguez Zapatero, y una suerte de gurú de las grandes urbes, a las que llama a singularizarse a través de una “mar-