

La grata odisea de convertirse en diseñador gráfico

Fecha de recepción: agosto 2014

Fecha de aceptación: noviembre 2014

Versión final: marzo 2015

Silvana Demone (*)

Resumen: Este texto cuenta desde la visión del diseñador gráfico como es el camino dentro del mercado laboral, y la gran competencia que encontramos. Desde la visión del docente de diseño se expresa como intenta brindar herramientas necesarias para lograr el estímulo y la continua sed de aprendizaje que se requiere en esta profesión

Palabras clave: enseñanza – aprendizaje – diseño gráfico – mercado laboral - competencia.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 117]

Desde hace unos cuantos años el diseño gráfico como profesión en nuestro país ha crecido en el mercado laboral y con ello también llegaron las carreras universitarias, los cursos, seminarios, etc. que se comenzaron a dictar, primero siguiendo la carrera que estaba de moda, y luego para conocer un poco más de qué se trataba esta nueva opción de estudio.

El paulatino resurgimiento trajo aparejada la gran competencia desleal de quienes estaban muy lejos de haber pasado por una universidad, con tan solo haber aprendido a manejar los programas de diseño en una computadora. Así mismo, cualquier persona que tuviera dichos programas se autodenominaba “diseñador gráfico”, manchando el título de quienes sí se habían comprometido a pasar por las aulas de algún centro educativo terciario o universitario y finalizar sus estudios.

En esta grata tarea de formar profesionales en la comunicación visual y el diseño debemos tener en cuenta varios puntos para focalizarnos, como por ejemplo, transmitirles todas las herramientas que sean necesarias para que aprendan a diseñar en base a conceptos, a ideas, a solucionar problemas de comunicación a través de formas, planos, colores y demás elementos visuales y conceptuales que se plasman en un trabajo final.

Desde el primer día de clases debemos hacer hincapié en que nuestro trabajo se construye a través del estudio, de mucho esfuerzo, del diferencial que significa saber transmitir un mensaje, sea cual fuere el rubro o la pieza a diseñar.

¿Pero cómo podemos comunicar los valores de esta profesión sin caer en enseñar solamente teoría que ya se sabe abunda en los libros?

La experiencia positiva vivida en las aulas me dice que una de las claves está en el “incentivo”. Es importante ayudarles a abrir la cabeza, a pensar diferente, de manera creativa y poder darles las herramientas suficientes para que comiencen desde los primeros pasos que transitan a construir un buen portfolio, en la búsqueda de un estilo propio, en fundar conocimientos sólidos en una carrera que a veces cuenta con fama de fácil o que cualquiera se puede convertir en diseñador.

Los alumnos han demostrado grato interés cuando hablamos desde el punto de vista del educador/diseñador en ejercicio y no tan solo como del profesor que se para frente al aula y dicta una clase teórica.

El diseño va más allá de lo estético, de algo lindo o decorativo y es allí donde la función de los diseñadores comienza a ser interesante.

Un factor importantísimo en la vida del comunicador es obtener la capacidad de investigar, esa sed de aprendizaje continuo, observar todo, captar todo, absorber todo conocimiento para luego plasmarlo en cada trabajo.

El camino de esta rica odisea debemos trazarlo desde todo aspecto artístico. Todo es inspirador a la hora de imaginar, bocetar, diagramar. El arte en su totalidad nos ayuda a captar mejor este camino tan interesante y debemos tener la capacidad de absorber y enriquecernos a través de una buena película, una obra de teatro, la publicidad, la ilustración, la música, la escultura, la literatura, etc.

Comenzar a bocetar dando rienda suelta a la imaginación casi como de manera lúdica, como cuando éramos chicos y la mano se dejaba llevar libremente. Permitirnos jugar y así darnos cuenta de que a veces los resultados nos sorprenden. No esperar que un diseño llegue en base al estilo que se usa, sino a partir de una búsqueda de trabajo, a una investigación a través de la cual podamos mejorar cada presentación.

Una de las claves para comenzar a liberar la imaginación es volver al trabajo manual, a los lápices, a los pinceles, a la parte artesanal que se construye desde lo que pensamos hasta lo que hacemos.

El estudiante comienza a explorar caminos diferentes de esta manera, a redescubrir o descubrir el estilo propio, a observar los diferentes resultados que puede llegar a obtener un trabajo con la misma consigna pero con diferentes autores y ahí es cuando se ven los progresos de los primeros pasos en el diseño.

En la actualidad es imposible no relacionarnos con el mundo digital, pero a la vez es importantísimo dejar en claro que en nuestra profesión la computadora es simple y llanamente una “herramienta”. Ser diseñador no precisamente es ser ilustrador, pero no debemos pasar por alto que todo parte de una idea, esa idea se plasma en un papel, se traza con un lápiz, que recién mucho más tarde se llevará a un archivo de programa digital en una computadora. Ser diseñador es saber bocetar, escribir, redactar, observar, pulir, construir, pensar, imaginar...

Como docentes o formadores es vital incentivarlos a buscar su propio camino, su propio estilo, y no dejarse tentar por los filtros del *Photoshop* o el *Illustrator*.

Respecto a la competencia, al atiborrado mercado laboral y los miles de diseñadores que egresan cada año de terciarios y universidades, debemos saber que al presentarse para un puesto de trabajo todas las aptitudes que se posean serán las que harán que el éxito de cada profesional esté marcado de manera, será que han logrado diferenciarse de los otros.

El conocer la profesión, completarse en dichas áreas, saber comunicarse desde construir un buen *brief*, pasando por un boceto a mano alzada hasta completar un original terminado prolijamente hará que la odisea comience a obtener mejores frutos en cada futuro profesional.

El diseño no es un *hobby*, es una profesión que aún en ciertos aspectos puede estar muy “verde” como se dice vulgarmente, pero que de a poco se están construyendo valores y concientización como la de entender que tener un buen diseño va más allá de tener un lindo logotipo. En este punto entramos nosotros, los profesionales que convivimos diariamente con la tarea de sentarnos a explicarles a los clientes en qué consiste nuestro trabajo y la importancia del mismo reflejado en su marca o empresa.

El valor que le aporta saber llegar al *target* indicado, a como construir una imagen corporativa completa, es ese plus que hace que una marca o producto pueda llegar a obtener mejor apariencia y resultados de venta.

En diseño hablamos de semiología, de semántica, de ideas conceptuales, de historia del arte, de números, de grillas constructivas, de paletas cromáticas, y de un extenso mundo que vale la pena explorar.

Particularmente noto sumo interés de parte de mis alumnos cuando uno les habla desde la experiencia real vivida a través de los años, desde haber pasado por una pasantía en una agencia de publicidad hasta llegar a la dirección de arte, contando los éxitos y los fracasos, las

pruebas de ensayo y error, las horas de traspasos para finalizar un trabajo donde debe reflejarse algo más que el conocimiento básico de quien solo haya pasado por un tutorial de algún programa digital.

En todos los ordenes de la vida el “hacer” tiene más valor y peso que el “decir”, por lo tanto, pongamos manos en la masa para poder transmitirles a los futuros profesionales la pasión, el trabajo, el esfuerzo y la sed de aprendizaje que nunca debemos perder, así estemos en este camino del diseño desde hace muchos años.

Abstract: This text features from the perspective of a graphic designer as is the way in the labor market, and the great competition we find. From the perspective of teaching design is expressed as attempts to provide tools to achieve encouraging and continuing thirst for learning that is required in this profession.

Keywords: Teaching - learning - graphic design - labor market - competition

Resumo: Este texto conta desde a visão do designer gráfico como é o caminho dentro do mercado de trabalho até a grande concorrência que encontramos e desde a visão do professor de designer como tratar de brindar ferramentas necesarias para conseguir o estímulo e a contínua sede de aprendizagem nesta profissão.

Palavras chave: ensino – aprendizagem – design gráfico – mercado de trabalho - concorrência.

(*) **Silvana Demone:** Diseñadora Gráfica (Universidad de Palermo). Profesora de la Universidad de Palermo en el Área de Diseño Visual de la Facultad de Diseño y Comunicación.

La Gestión del Conocimiento aplicada a la Educación

Alejandro Emilio Lara (*)

Resumen: La gestión del conocimiento es un complemento superador de la educación tradicional. Por eso estaría dentro de las nuevas responsabilidades sociales y educativas el orientar y facilitar la utilización de tecnología, como herramienta didáctica y educativa para la enseñanza y aprendizaje colaborativo.

Palabras clave: gestión del conocimiento – sociedad del conocimiento – educación – convergencia – aprendizaje.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 120]

Los sistemas educativos que, a partir del siglo pasado, se convirtieron en una de las piezas angulares del desarrollo económico y social de los Estados nacionales, hoy se encuentran inmersos en las transformaciones de la sociedad del conocimiento y de la economía del conocimiento. “Estas transformaciones están trastocando

la índole de una escuela que se organizó y desarrolló a fines del siglo XIX y primera mitad del siglo XX para dar respuesta a las entonces emergentes sociedades industriales modernas”. (Minakata Arceo, A)

Los métodos escolares se encuentran envueltos en una dinámica que presiona y plantea demandas de trans-