

MÓNICA POLANCO

Coordinadora Académica de la Escuela de Diseño
mpolanco@pucei.edu.ec

Experiencia en la cátedra de Taller Profesional y Taller Interdisciplinario

El diseño latinoamericano ha ido desempeñando un rol preponderante en la última década, donde factores de alta competitividad desde la globalización han exigido una mayor presencia de innovación y servicio en su desarrollo.

El producto, tanto como pieza única o seriada, industrial o artesanal, adquiere su identidad si es realizable dentro de una cadena productiva y cultural, esto es, si es depositario de una historia transmisible al consumidor; no se contempla solamente los aspectos formales, físicos del mismo, sino una serie de funciones de naturaleza formal, comunicativa y distributiva de servicios.

Se convierte en una historia que contar, que a su vez, carga al mismo de un significado como valor agregado a su función.

Las instituciones latinoamericanas sobre todo, han aprendido a gestionar desde la investigación, instrumentos que puedan utilizarse en el desarrollo de Diseño. Uno de ellos es el Instituto Metropolitano de Diseño Industrial de Buenos Aires, donde se involucra tanto a la Academia, como a las empresas, instituciones oficiales, diseñadores, etc., en la búsqueda de soluciones a las múltiples demandas del mercado globalizado.

La Guía Estratégica para el desarrollo de productos, instrumento creado por el IMDI, se adaptó en la disciplina del Diseño Gráfico, para desarrollo de productos (gráficos) en la asignatura Taller Profesional correspondiente a 7mo. Nivel de la carrera de la PUCE SI

En ella se contemplan cuatro escenarios: El escenario del consumo, de la comunicación, de la transformación y material. A través de subgrupos en cada uno de ellos, y de preguntas orientadoras, se llega a analizar y evaluar su potencial desarrollo.

Los equipos de estudiantes de Taller Profesional, trabajaron la guía estratégica de tal forma que desarrollaron proyectos productivos atendiendo un alto valor agregado desde el Diseño Gráfico.

Los proyectos apuntaron al emprendimiento de productos y empresas que tomaron desde los factores socio culturales, medio ambientales y tecnológicos la posibilidad de insertar en el mercado productos con alto contenido de valor agregado a través de la innovación.

En la socio cultura distinguimos 3 escenarios en cuanto a satisfacción del público: deseos satisfechos, deseos a adaptar y deseos a provocar. Desde éste último se han trabajado los proyectos de Diseño y emprendimiento.

Temas como ediciones bajo pedido, a través de una empresa gráfica dedicada a satisfacer este mercado fue la expuesta a través de MINIEDICIONES.

EL RECREO, una idea innovadora que devuelve a los niños los juegos que se jugaban en los patios de las escuelas a través de un morral que los contiene, no sólo a cada uno de ellos, sino a toda la historia y el bagaje cultural que significan. Un morral en donde se pueda llevar también los útiles para la jornada escolar.

DEJA TU HUELLA es un proyecto en donde se personalizan zapatos

El valor agregado como estrategia en desarrollo de productos de diseño gráfico

de lona con una serie de plantillas que permite al usuario jugar con la imaginación a la vez de interactuar en la página web de la empresa.

TUNNING BOOK es una propuesta que permite personalizar cuadernos, libretas, álbumes a gusto del usuario.

YALPAL, aportando al recuerdo y la tradición a través del juego del trompo en Cotacachi, en donde se impone esta costumbre desde generaciones anteriores, sirviendo como referencia para su comercialización en el ámbito turístico es ya un proyecto con gran acogida y en vías de comercialización.

Por último, NOGAL, un proyecto en el que intervino un ingrediente extra, la gastronomía, encerrando un producto derivado del tocte y la miel de abeja, ambos caracterizados en un dulce regional con un packaging y distribución de alto valor agregado en el deseo incitado.

Los proyectos fueron supervisados en el marco de Taller Profesional y Taller Interdisciplinario. Se expusieron a estudiantes de 5to. Nivel de Diseño Gráfico y luego a la Escuela de Gesthur, como muestra de los beneficios de autogestión.

Posteriormente formaron parte de una de las ponencias de Diseño en la Red de Diseño de la SINAPUCE, en Ambato, donde se demostró los beneficios de la guía estratégica para el desarrollo de productos de Diseño.

En consecuencia, podemos decir que para quien proyecta, no sólo cuentan aspectos formales, físicos, geométricos, comunicacionales, sino que hay un conjunto de funciones de naturaleza formal, comunicativa, distributiva, de servicios, con implicaciones de carácter emotivo y cultural que aportan al diseño y se constituyen en aportes al producto gráfico comunicacional.

"...el valor del hacer, del producir y del proyectar, reside entonces en la capacidad de construir cursos de sentido, productos que sean historias, lugares, un conjunto de valores compartidos. El producto se convierte en un vehículo, un médium para construir narraciones, experiencias que cuentan deseos y expectativas q quienes quizá ya no saben distinguir entre qué es importante y qué es superfluo..." Analía Cervini, imDi, 2004.



Presentación de productos de diseño y proyectos de emprendimiento.