

Tesis

Exposiciones de diseño gráfico

La experiencia académica



Joel Barros • Lucía Domenech
Tutora: Matilde Rosello



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY

LDCV

Licenciatura en
Diseño de Comunicación Visual
UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	4
I. LA RELACIÓN EXPOSICIÓN – DISEÑO GRÁFICO	7
1.1. Exposición	7
1.2. Museo	9
1.3. Diseño.....	11
1.4. El proceso expositivo	14
1.5. La exposición de diseño.....	16
II. LAS INSTITUCIONES Y SUS EXPOSICIONES	18
2.1. IENBA	18
2.2. LDCV	22
2.3. ORT	30
2.4. UDE	35
III. ANÁLISIS	39
IV. CONCLUSIÓN.....	46
V. REGISTRO DE EXPOSICIONES ACADÉMICAS.....	52
VI. BIBLIOGRAFÍA	54
VII. ANEXOS	57

7.1. Entrevistas	57
7.2. Relevé fotográfico	65
7.3. Tutora.....	73
7.4. Encuentros con la tutora	74

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo analiza las exposiciones de diseño gráfico entorno al ámbito académico, por lo cual se realiza el estudio de esta práctica proveniente de universidades que imparten dicha disciplina. Tratando aspectos propios de las muestras académicas, se estudian variables, vínculos y se pone en discusión a las instituciones y objetivos.

Las carreras comprendidas son: Instituto Escuela Nacional Bellas Artes (IENBA), Licenciatura en Diseño de Comunicación Visual (LDCV), ORT y Universidad de la Empresa (UDE).

La práctica expositiva es un producto visible a todo público, donde se configura un espacio en el cual los estudiantes pueden dar a conocer intereses e intenciones. Entonces ¿Las exposiciones constituyen una herramienta complementaria a la formación como diseñador gráfico?, ¿puede significar el puntapié inicial al mercado laboral para diseñadores o una oportunidad a otras áreas? Estas son algunas de las preguntas que se irán respondiendo a lo largo de este trabajo escrito. Lo que se sabe de antemano es que son una vía para hacer visible la producción académica, constituyendo un medio para comunicar y transmitir a un público específico que pueda otorgarle su debido valor.

La metodología planteada comprende el relevo de instituciones y exposiciones, contemplando una manera de difundir el diseño de comunicación visual como medio sociabilizador y educador de la mirada. Estableciendo un contacto con personal competente, aportando material fotográfico y dando lugar a entrevistas, tanto a docentes como a expositores involucrados. Se visitan los institutos y sus respectivas bibliotecas, generando diálogo con personal competente en estrecha vinculación con

el objeto de estudio, detectado a su vez la ausencia de un registro de exposiciones, lo cual arroja pertinencia a una creación de una base de datos que comprenda el registro de estas. Se obtienen materiales bibliográficos sobre temáticas relacionadas, como por ejemplo la museología, a fin de obtener argumentos teóricos de diferentes procedencias para el análisis del ámbito expositivo y la puesta en diálogo de diferentes autores.

Como resultado de estas acciones, se estudia el ámbito expositivo como etapa del proceso disciplinar de las instituciones académicas antes expuestas.

Dentro de los objetivos se pretende analizar argumentos de autores, docentes y otros referentes sobre el ámbito expositivo en relación al diseño gráfico, exponiendo sus ideas e intentando dar una mirada de cómo lo perciben los propios estudiantes.

Se quiere clarificar e identificar los procesos de trabajos tutelados, generando un juicio de valor hacia esta práctica, es decir, examinarla como experiencia pedagógica en los procesos de diseño a nivel académico.

Por último, recabar, organizar y presentar un registro de exposiciones de diseño gráfico de las instituciones académicas.

El trabajo se compone de un primer capítulo, el cual aborda sobre temas generales y conceptos puntuales, que habilitan posteriormente a tratar el tema central. Definiciones y opiniones de autores conocidos sobre términos como exposición, museo y diseño. Habiendo profundizado en dichos conceptos aislados, se procede a tratar el proceso expositivo en sí mismo y la competencia de la exposición de diseño.

En un segundo capítulo, se exponen las instituciones estudiadas y cómo estas han llevado adelante esta práctica. Se analizan las exposiciones desarrolladas y se aborda sobre temáticas que estas plantean y sugieren, aportando conocimiento al presentar una breve introducción sobre cada universidad, sus metodologías y planes de estudio,

sus aportes a la sociedad, sus actores, sus relatos, sus aliados y vinculaciones, su pensar, sentir y apariencia hacia el público.

En el análisis se pondrá en relación el primer capítulo con el segundo, trasladando conceptos e ideas teóricas a lo que realmente ocurre en las exposiciones académicas. Determinando qué aspectos se mantienen de la práctica de la museología y cuáles de la expositiva y si en efecto, existe un rigor en esta actividad o se admiten variaciones en el proceso realizado. Además una puesta a punto de las cuatro instituciones, que deja apreciar aciertos y deficiencias de cómo llevan adelante las exposiciones, a la vez que se engloban las características de estas, las cuales fueron previamente analizadas.

Luego se presenta el registro de exposiciones académicas recabado y sobre el cual se trabajó, ya que es una base inexistente y que es objetivo fundamental de este trabajo.

En los anexos se deja constancia de las entrevistas realizadas a importantes diseñadores del medio y un relevamiento fotográfico sobre muchas de las exposiciones mencionadas de las universidades, que permiten dar cuenta de la presencia, materialidad, importancia y producción de las muestras.

Palabras clave

Exposición, Diseño gráfico, Institución académica, Muestra, Trabajos tutelados.

I. LA RELACIÓN EXPOSICIÓN – DISEÑO GRÁFICO

Para comprender mejor el contexto al que refiere este trabajo, se pone en diálogo algunos conceptos que se nombran a lo largo del mismo, como exposición, museo y diseño. Además se abordan temáticas sobre lo que implica el proceso de armado de una exposición dentro del ámbito académico, haciendo énfasis en la diferencia entre exposiciones artísticas y de diseño.

1.1. Exposición

El término “exposición” tiene varias acepciones, la Real Academia Española (RAE) lo define como “Acción y efecto de exponer” y exponer refiere a “1. tr. Presentar algo para que sea visto, ponerlo de manifiesto. 2. tr. Hablar de algo para darlo a conocer. 3. tr. Colocar algo para que reciba la acción de un agente.” A pesar de ser definiciones bastante amplias, todos los casos están indicando que en la práctica de exponer actúan más de una persona, la que expone y el que lo ve y recibe, esto refiere a un acto de comunicación.

Más específicamente, refiriéndose al concepto de exposición que nos compete, Rico (2011) dice que:

... es la colocación de una serie de objetos en un determinado entorno espacial, bien cerrado o abierto, y que constituye el único lenguaje de comunicación que nos permite estar y ver la obra directamente, físicamente a través de nuestra mirada sin ningún filtro o barrera intermedia: la obra, el entorno y nosotros.¹

¹ RICO, Juan Carlos. *Dossier metodológico. Montaje de exposiciones*. España: Silex Ediciones, 2011. p. 19

En este caso, el autor refiere a la exposición como un componente importante dentro de la función comunicativa del museo. Aparece el espacio como contenedor de las obras y la apreciación de las mismas por un público que las ve directamente desde el lugar físico.

Alonso y García (2010), distinguen la palabra exposición de exhibición, aclarando que mientras que la exhibición es mostrar, la exposición implica mostrar y relatar: “La exposición es, además, una puesta en escena de los objetos interpretados con los que se quiere contar y comunicar un relato.”²

En resumen, se puede decir que una exposición refiere al acto de mostrar y relatar a través de objetos, que colocados en un espacio físico, son mostrados de manera directa a un determinado público.

Pero ¿cuál es el objetivo de la misma? Anteriormente se menciona que es un acto de comunicación. Abella (2012), citando a Marc Maure señalan:

La exposición es un método y una estrategia para ver, conocer y comunicar; con ella se organiza el espacio y el pensamiento; es representación, escenificación y relato; y es consumo de masas y espectáculo singular.³

Tanto en los museos como en otras instituciones dedicadas a la actividad cultural, convierten a la exposición en un medio para transmitir un mensaje o el contenido de los objetos expuestos a un público. Es el instrumento elegido para comunicar, reflexionar y difundir un concepto y la interpretación del mismo, a través de una representación ordenada de objetos colocados unos al lado de otros. (Herrera, 2002)

² ABELLA, Beatriz. “Museología y Museografía” En: ALONSO, Luis; GARCÍA, Isabel. *Diseño de Exposiciones. Concepto, instalación y montaje*. Alianza Forma, 2010. p. 1.

³ Ibid, p. 1 (cita a Marc Maure,1996)

1.2. Museo

Rico concibe la exposición como un componente dentro de la función comunicativa de un espacio en particular, el museo.

La definición de museo ha evolucionado a lo largo del tiempo en función de los cambios de la sociedad. Desde su creación en 1946, el Concejo Internacional de Museos (ICOM) actualiza esta definición para que corresponda con la realidad de la comunidad museística mundial.

Un museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo.⁴

Al hablar de exposición como acto de mostrar objetos a un público, este espacio aparece directamente ligado, pues en él, es en donde mayormente se generan exposiciones sobre todo del ámbito artístico. Un ambiente que no es natural al diseño, como justifica Prieto:

Si mañana un afiche termina en un museo es porque tenía un valor agregado, pero no porque fuera su objetivo. De hecho puede ser muy bueno estéticamente y muy malo comunicacionalmente, con lo cual, sería un mal diseño.⁵

En el próximo capítulo, se profundizará mayormente en las condiciones que debe cumplir una exposición de diseño para que exista como tal.

⁴ Definición conforme a los estatutos del ICOM adoptados durante la 22ª Conferencia general de Viena (Austria) en 2007.

⁵ PRIETO, José: reconocido diseñador gráfico nacional oriundo de Tacuarembó quien desarrolló muchas exposiciones y además fue Vicepresidente de Asociación de Diseñadores Gráficos Profesionales del Uruguay (ADG). Comentario extraído de entrevista. Ver anexo 7.1.

Al relacionar el término museo con exposición, surgen dos nuevos términos, la museología y la museografía.

La RAE, define los términos museología y museografía como:

Museología. (De *museo* y *-logía*). 1. f. Ciencia que trata de los museos, su historia, su influjo en la sociedad, las técnicas de conservación y catalogación.

Museografía. (De *museo* y *-grafía*). 1. f. Conjunto de técnicas y prácticas relativas al funcionamiento de un museo.

Entonces, etimológicamente la museología refiere al estudio del museo como ciencia y no su práctica, la cual remite a la museografía.

La museología estudia la historia y razón de ser de los museos, su función en la sociedad, la clasificación de los diferentes tipos de museos, entre otros. (López, 1993)

Mientras que la museografía es la puesta en escena del museo mediante el montaje de exposiciones y colecciones, la luz y el clima de las salas, la arquitectura, la señalización, el diseño de vitrinas y de soporte de piezas, entre otros.

Se debe tener siempre presente que el objetivo principal de una exposición es el diálogo visitante-objeto. Para ello en su preparación y en su desarrollo se deben crear las condiciones aptas para que se produzca la mejor comunicación de lo que se quiere transmitir, siendo la museografía la práctica que ayuda a que ello sea posible. Ambas disciplinas son diferentes, sin embargo se complementan una a la otra.

1.3. Diseño

Al hablar de exposiciones de diseño gráfico, se debe examinar el concepto de diseño para clarificar los objetivos de estas. No es intención del presente trabajo entrar en un debate del término diseño, sino que se procede a presentar conceptos de autores sobre el mismo.

La RAE, describe al diseño como una concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie. Crespi y Ferrario (1995) lo definen como un bosquejo de alguna cosa, trazo, delineación de una figura o un objeto, un trabajo de creación que atiende a la “función” y a la “expresión”.

Para Ledesma (2003), el diseño gráfico es una voz pública, ya que entre otras características, tiene la voluntad explícita de comunicar, presta su decir a políticos, religiosos, empresarios, educadores, entre otros. Es una voz que circula por distintos medios visuales, impresos y digitales, encontrando lugar en casi todo el territorio de la visualidad contemporánea.

Frascara (2008) por su parte indica que:

El diseño de comunicación se ocupa de la construcción de mensajes visuales con el propósito de afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente.⁶

En las siguientes definiciones el diseño es abarcado como un proceso. Chaves (2003) dice que el diseño es:

...la fase del proceso productivo en la cual se definen todas las características de un producto (visuales, formales, tecnológicas, utilitarias, constructivas, materiales

⁶ FRASCARA, Jorge. *Diseño gráfico para la gente. Comunicaciones de masa y cambio social*. Buenos Aires: Infinito, 2008.

etc.), su forma de producción, distribución y consumo, previo a su producción material.⁷

Según González (1994), es un proceso intuitivo, racional y operativo de creación de formas útiles al hombre, ya sean estas destinadas a cumplir funciones de vida urbana, habitabilidad, operaciones táctiles o de comunicación visual.

El diseño no es exclusivamente la expresión final de forma visible, un producto o un mensaje gráfico, sino la planificación y el proceso de creación y materialización. En una primera instancia, un trabajo de diseño parte de la existencia de un propósito, una necesidad, que se trata de resolver en base al conocimiento de los datos de base y las técnicas para realizarlo, los medios materiales y un proceso temporal de planificación, creación y ejecución. El diseño no se limita a forma física o visual de un trabajo terminado, sino al proceso que lleva a una solución. (Costa, 1989)

En este sentido, el diseño se origina para dar respuesta a un encargo que busca satisfacer alguna necesidad humana, sufriendo una conceptualización sustentada por una previa recolección y análisis de información. Hablar de diseño es pensar en este proceso más que en su resultado tangible. Como dice Di Candia “es una respuesta concreta a un pedido de un cliente.”

Fuentes⁸ se extiende más al definir:

Yo definiendo todo el tiempo que el diseño no es arte, sino un elemento de comunicación que se elabora con determinado objetivo, fin y una vez que cumple o no cumple ese fin ya puede llegar a desaparecer porque no tiene razón de ser, salvo que haya otros valores que lo hagan rescatable aparte de su función.

⁷ CHAVES, Norberto; BELLUCIA, Raúl. *La marca corporativa: gestión y diseño de símbolos y logotipos*. Barcelona: Paidós Ibérica, 2003.

⁸ FUENTES, Rodolfo: Diseñador, fotógrafo, docente e ilustrador oriundo de Canelones, Uruguay. Fundador de ADG, de la Alianza Latinoamericana y del Caribe de Diseñadores Gráficos y miembro honorario de la Asociación Argentina de Diseñadores Gráficos. Ha recibido premios, participado en varias exposiciones y ha trabajado con personalidades reconocidas como el comunicólogo español Joan Costa. Ha publicado varios textos sobre diseño gráfico. Comentario extraído de entrevista. Ver anexo 7.1.

El diseño cumple una función que responde a un encargo, nace de una necesidad humana, lo que marca la diferencia que lo separa del arte (actividad con la que se suele confundir y erróneamente comparar). “Sin un motivo no hay diseño”⁹

Con este debate que abren Fuentes y Scott sobre diseño-arte, se introduce un pensamiento de Pezzino (2010)

El entorno en el que debe evaluarse cualquier pieza de diseño gráfico no es un museo o una exposición, sino necesariamente aquel para el cual fue proyectada, teniendo en cuenta su tiempo y lugar.¹⁰

Según Wojciechowski¹¹:

...generamos obras específicamente para una actividad que no se caracteriza por exponer sino para que vivan en un ámbito, esto no es natural al diseño, se lo descontextualiza.

Prieto asume que “el diseño es diferente a escultura y pintura, siendo estos un fin en sí mismos, mientras que el diseño es conocimiento, creación y tecnologías para comunicarlos”¹². Entretanto Larghero se cuestiona “¿el diseño gráfico amerita exposición?”¹³.

Pero no todos están en contra de que esta práctica se de en el ámbito del diseño.

Calvera (2003) plantea:

...para los diseñadores noveles es, además, difícil acceder a las revistas si no son publicaciones experimentales a menudo fundadas por ellos mismos. Exponer y publicar son mecanismos que les sirven no solo para presentarse como

⁹ SCOTT, Robert. *Fundamentos del diseño*. México: Limusa, 1991.

¹⁰ MNAV. *Antonio Pezzino | diseñador gráfico* [PDF]. Montevideo: MNAV, 2010.

¹¹ WOJCIECHOWSKI, Gustavo: afamado diseñador gráfico nacional e ilustrador independiente. Docente en la Universidad ORT Uruguay de varias materias del área proyectual así como de diseño editorial y tipografía. Realizado varias exposiciones individuales y colectivas tanto como artista plástico, diseñador gráfico, ilustrador y poeta visual. En 2004 crea YAUGURÚ, su propia editorial. Comentario extraído de entrevista. Ver anexo 7.1.

¹² Comentario extraído de entrevista. Ver anexo 7.1.

¹³ LARGHERO, Marcos: diseñador desde 1970 y docente en ORT desde 1996. Socio fundador de ADG y del estudio Barra/Diseño. Comentario extraído de entrevista. Ver anexo 7.1.

profesionales del diseño, sino también como diseñadores con una personalidad propia, construida a base de investigaciones decididas a partir de intereses personales. No tiene nada de raro entonces que, en los últimos años, algunos diseñadores hayan adoptado los procedimientos propios del arte y su mercado para mostrar su trabajo y darse a conocer.¹⁴

Pero claro, como señala Di Candia, se debe tener algunos reparos a la hora de hacerlo, como **que se exponga allí también el pedido, brief o la necesidad de la que partió ese diseño**. Si no, se torna una exposición de arte, que poco tiene que ver con el diseño, como un pretexto para mostrar “cosas lindas” que pueden no ser buenas ni efectivas. Sentenciando por último: “Mostrar el diseño como si fuera una obra de arte es algo que le gusta hacer a muchos diseñadores”.

1.4. El proceso expositivo

Las exposiciones pueden clasificarse de diferentes maneras, atendiendo primero a los tipos de exposición y sus características y posteriormente, considerando otros aspectos como son el enfoque y el estilo: permanentes, temporales, itinerantes, portátiles, móviles, individuales o colectivas. (López, 1993)

El diseñar una exposición supone de un proceso en el que intervienen diferentes personas encargadas de tareas específicas, en todas las etapas, desde la planificación de la misma hasta el desmontaje y análisis de los resultados.

En la museología, las etapas del proceso expositivo, son definidas de diferentes formas y con diferentes procedimientos, según algunos autores. Sin embargo, algunos acotan y simplifican el proceso en cuatro etapas:

¹⁴ CALVERA, Ana. Arte¿?Diseño. Nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos. Barcelona: Gustavo Gili, 2003.

En primer lugar la etapa de planeación (nivel estratégico), aquí se define el objetivo de la exposición a realizar y la base sobre la que se asienta toda la producción. La etapa preparatoria consiste en la elaboración del método o guión que ha de definir cada una de las etapas a seguir y las personas que han de intervenir en cada una de ellas.

(Hernández, 1994)

Luego la etapa de preproducción (nivel de viabilidad y preparación), donde se analizan los contenidos y la información a exponer y se definen cronogramas y presupuestos que se van a ejecutar. Se toman decisiones sobre el espacio, la ambientación, el tipo de iluminación, los colores a utilizar, el orden del recorrido, entre otros. (Cerón, 2012) En paralelo se pone en marcha la difusión y publicidad de la exposición a realizarse.

La etapa de producción (nivel de ejecución), implica el montaje de la exposición a partir de lo establecido en la etapa anterior, colgar o armar el material que ya se ha preparado. (López, 1993).

Por último, la etapa de postproducción (nivel de cierre y evaluación), significa el desmontaje y cierre del proyecto expositivo, además de analizar y evaluar los resultados a partir de los objetivos establecidos en la primera instancia. Es el medio de conocer al público y asegurar el buen funcionamiento de la exposición. (Abella, 2012)

El eje constante en las etapas descritas, es el comisario o también llamado curador. Es quien planifica el relato, lo que se va a contar al visitante, pero también cómo se lo va transmitir, en qué orden y con qué piezas o módulos, además de supervisar otras áreas durante todo el proceso expositivo.

Fuentes lo explica desde su propia experiencia y atendiendo las diferencias con la curaduría en el arte:

En primer lugar es un tema de acotar que es lo que vas a mostrar, elección dentro de la oferta de material que tenés, en función de algún parámetro que te permita

ordenar eso que vas a mostrar y obviamente al espacio y los recursos que disponés. Luego, establecer la temática y ver cuáles son los elementos más significativos de la misma. Es bastante diferente lo que es una curaduría de diseño a lo que es una de arte, que tiene otro parámetros (...) Entonces la curaduría de diseño tiene en cuenta lo acertado que estuvo diseñar eso, o lo trascendente que ha sido eso en el correr del tiempo, la pertinencia de mostrar la pieza.¹⁵

Es también tarea del comisario, coordinar cada una de las áreas de trabajo que realiza y diseña un equipo interdisciplinar específico (Hernández, 1994), pues la organización de dicha actividad puede durar bastante tiempo y es compleja porque requiere tomar en cuenta muchos aspectos para alcanzar un resultado satisfactorio.

Dentro del equipo de profesionales y especialistas que intervienen en la preparación de una exposición, además del comisario, aparecen: director del museo, director del proyecto, diseñador de iluminación, diseñador gráfico, restaurador, jefe de registro, jefe de seguridad, educador/comunicador, editor, técnicos de producción, personal de mantenimiento, especialista en mercadotecnia, ingenieros, arquitectos y consultores.

1.5. La exposición de diseño

Como ya se menciona anteriormente, la museología y la museografía son términos que se vinculan directamente con el museo como lugar generador de la comunicación entre un público y la obra artística. Ahora ¿qué pasa con las exposiciones específicas de diseño gráfico o de comunicación visual? Muchas dudas surgen al momento de decidir si este tipo de piezas son de índole propia al ámbito expositivo.

Mercado (2014) hace hincapié en este tema y pese a las dudas, logra determinar la diferencia entre las exposiciones artísticas y las de diseño. En su redacción “Sobre las

¹⁵ Comentario extraído de entrevista. Ver anexo 7.1.

exposiciones de diseño” comienza con algunas interrogantes “Cuando el objeto de diseño es insertado en el museo bajo las reglas de juego del arte contemporáneo, ¿pierde su condición de diseño?, ¿es preciso llamarle arte?”¹⁶.

La exposición de diseño es una práctica que se da desde la Bauhaus, con el objetivo de transmitir valores y conocimientos, es decir, presentar los objetos para que el público pueda otorgarle valor. En todo caso, este no es el problema, pues no se aleja mucho de lo que se viene mencionando anteriormente. Ahora bien, Mercado (2014) consigue explicar el punto que genera el debate:

El problema está en tratar de presentar y provocar la recepción del objeto de diseño como si fuera una obra de arte, cuya relación con el espectador es de contemplación (...) Frente a la ausencia de información, no queda sino intentar apreciar las obras a partir de su apariencia formal...¹⁷

Esto ocurre cuando al público se le presenta un objeto sin informar sobre su proceso, para que pueda ser valorado por lo que es: “un objeto útil que cumple una función específica”¹⁸. Por lo tanto, el objetivo de una exposición de diseño, debería ser el de mostrar no solo el objeto sino también el procedimiento al que fue sujeto y que le otorgó un determinado sentido para un futuro uso.

Di Candia afirma que no hay exposiciones sobre el diseño uruguayo o que las que se nombran como tal, son de arte. Atribuyendo esto a que las ideas culturales están escasamente presentes en ellas.

¹⁶ MERCADO, Octavio. *Sobre las exhibiciones de diseño*. 2014.

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Ibid.

II. LAS INSTITUCIONES Y SUS EXPOSICIONES

En este capítulo se desarrolla la relación existente entre el diseño de comunicación visual y las instituciones académicas. Estas fueron elegidas por ser carreras de grado universitario, que comprenden en sus programas la rama del diseño gráfico y demuestran un interés por esta práctica, produciendo exposiciones anualmente.

Con el fin de relacionar los procesos expositivos, a continuación se especifican las exposiciones relevadas de IENBA, LDCV, ORT y UDE, las cuales suelen abarcar trabajos de diferentes años haciendo convivir proyectos originados en diferentes áreas.

2.1. IENBA

IENBA fue fundada en 1943, derivación del Círculo de Bellas Artes, institución pionera en la orientación de las vocaciones por las bellas artes en el país. Es una Escuela de importante incidencia en la formación artística nacional, de una concurrencia masiva, asimilada a la Universidad de la República (UdelaR) en los últimos años. Modificó sus planes de estudio en la década de los setenta, abriéndose a las preocupaciones de la época (campaña de sensibilización de barrios, venta callejera de artesanías, intervenciones con afiches temáticos). Clausurada por la dictadura militar, reabrió en tiempos democráticos manteniendo los mismos esquemas establecidos e incorporando un renovado plantel de artistas a la enseñanza.

Dicha Escuela está conformada por un tronco básico de tres años que luego se diversifica en diferentes ramas, siendo una de ellas el diseño gráfico. La materia de Artes Gráficas participa activamente en cualquier campaña y evento que realiza la

Escuela. Las actividades desarrolladas en el exterior de la Institución suelen ser abarcadoras, de modo que participan todas las áreas, no existiendo eventos pertenecientes a una única materia.

IENBA, es la única institución que cuenta con una sala propia de exposiciones, denominada Sala Miguel Ángel Pareja, ubicada en sus instalaciones de Pocitos, pero extrañamente no han tenido lugar allí muestras del área gráfica.

La metodología para la selección y temática a exponer en las actividades exteriores, se basa en una línea planteada por los docentes y que luego se trabaja en clase todo el año. Los bocetos producidos por el estudiante son analizados por una comisión y luego se trabaja con el estudiante para pulirlos, a partir de allí surge la selección de las piezas. En el 2014 la temática fue la baja de la edad de imputabilidad.

Con este “input” de tratar temas que corresponden a la esfera social, se realizó en 2005 una propuesta interactiva sobre los “Derechos de los niños, niñas y adolescentes”. Los docentes eligieron el tema y fue expuesta en la Peatonal Sarandí, pero no se publicitó. También se ha trabajado con temáticas como los “40 Años del Golpe de Estado” la cual se expone en varias instancias, como en el Liceo 58 (Mario Benedetti), en el Día del Patrimonio y otros lugares.

En noviembre y diciembre de 2012, tuvo lugar “Bellas Artes en el Parque Rivera”, con el objetivo de modificar el entorno del parque, se desarrolló una actividad de extensión que abarcó actividades gráficas, teatrales y del área del volumen. Incluyó señalética del Cedel (Centro de desarrollo local), así como señalética del parque, esculturas e intervenciones como juegos para niños y un reloj de sol, en diferentes lugares del espacio verde.

Otras actividades que abarcó fueron la realización de volantes que anunciaban la actividad, planchas en xilografía, impresión y confección de más de cien barcos de

papel impresos en xilografía y serigrafía e impresión de series de postales en xilografía para obsequiar al público. Además se instaló un grabado del mapa del Parque Rivera, donde el público pudo imprimir y llevarse una parte de él.

En diciembre de 2013 se produjo la exposición “Homenaje al “Tola” Invernizzi”, donde los estudiantes crearon un mural gigante en el murallón de Piriápolis, lugar oriundo del artista, que se extendió desde el puerto hasta la Av. Mayo, con 360 metros lineales y más de 700 metros cuadrados de mural. Contó con imágenes generadas por los estudiantes y docentes inspirados en obras y pensamientos de José Luis Invernizzi, que incluyó un diseño de su autoría además de varias reproducciones de obras. Fue realizada entre viernes y sábado en el marco de una actividad de Extensión Universitaria, con la impronta de homenajear al ex docente de la Escuela y artista plástico, fallecido en 2001.

Otras actividades complementaron este proyecto, como la elaboración de "Literatura de cordel" en base a poemas y textos de Invernizzi. Fueron realizados sobre papel hecho a mano, en técnicas de impresión serigráfica, xilográfica y offset para ser vendida al momento de la colocación del mural. Además se hicieron diseños para la impresión de camisetas en serigrafía.

Desde hace ya algunos años entre los meses de octubre y noviembre tiene lugar una exposición en el Museo del Gaucho y la Moneda a pedido del BROU, denominada “Bellas Artes de Muestra”. Esta es una muestra itinerante que se traslada luego al interior y que fluctúa año a año entre las ramas académicas que abarca la institución. Suele estar a cargo de los talleres Alonso, Hernández, Laborde y Seveso.

Esta muestra es parte de un interesante proceso de integración cultural con el BROU, iniciado hace varios años, que posibilita a IENBA otra vía de comunicación con la población. Debido a su continuidad, alcance y que está compuesta por varias carreras

y talleres de la institución, se considera que es la exposición más representativa de IENBA.

Esta se enmarca en un planteo educativo que tiene entre sus propósitos, el formar un estudiante en contacto permanente con su medio social a los efectos de ofrecer progresivamente, lo mejor de sí al medio. Apuesta a colaborar al mejor desempeño de la actividad, con aportes que pueden colaborar con su desarrollo perceptivo y estético. Al mismo tiempo, nutre de experiencia al estudiante, el cual vuelca a su proceso de desarrollo, así como al de los docentes.

En esta oportunidad, a partir de la mutua colaboración entre dos instituciones públicas, se establece un nuevo contacto con la sociedad a través de la investigación estético-plástica de sus estudiantes. Marca una intención de que esta extensión del taller, sea beneficiosa a otro espacio público. Lo que se exhibe es el resultado de diferentes procesos de investigación estudiantil que reafirman el compromiso de la Universidad autónoma y cogobernada, de realizar aportes directos hacia un mejor desarrollo de nuestra sociedad.

En 2012, el Instituto ordenó las actividades curriculares de su segundo período de estudios a través de las actividades de sus talleres, estructurando de esta manera la muestra que asentaba los medios expresivos en ese año. En 2013, tuvieron lugar en la ya mencionada Sala Miguel Ángel Pareja, una serie de muestras que se trasladaron sin modificaciones a la exposición en el Museo del Gaucho y la Moneda.

Conformándose entonces de la siguiente manera, en la Sala Principal una muestra de Sandra Debitonto y la dupla Gonzalo Aguirre y Diego Espandaburu, en la Sala 2 Irene Silva y en Sala 3 Yanel López.

Hasta 2013, el Museo del Gaucho y la Moneda, dependía directamente del BROU y entre sus objetivos figuraban los de aportar a la cultura, es por esto que la dirección del museo invitaba a IENBA a una muestra anual de trabajos de estudiantes.

2.2. LDCV

Creada de forma conjunta entre IENBA y la Facultad de Arquitectura (UdelaR) en el año 2009, tiene como sede principal esta última. Las actividades de extensión universitaria son propias del quehacer de la UdelaR, siendo las facultades que la conforman las que proponen dichas actividades a través de los docentes que presentan distintos proyectos. Dentro de este marco es que se realizan exposiciones que incrementan su importancia año a año.

En 2011, tuvo lugar la exposición “Abierto: Muestra múltiple de Carreras de Facultad de Arquitectura (UdelaR)”, primera muestra que recogió trabajos de la LDCV, además de Arquitectura, Arquitectura Rifa y la Escuela de Diseño Industrial (EUCD). La muestra reflejó la renovación institucional que la Facultad había sufrido a consecuencia de la creación de LDCV y el alojamiento temporal de EUCD, implicando cierta diversificación en su oferta académica, además de la integración institucional y espacial.

Fue una exposición múltiple y variada que reunió trabajos que presentaban resultados de procesos de enseñanza-aprendizaje, que buscaban conectarse de distintas maneras con el medio en el que fueron generadas. Proponían un recorrido a través de diversas formas de enfocar la enseñanza activa vinculada a procesos de creación en formato taller.

La sección dedicada a diseño gráfico correspondió a un trabajo del curso de Taller de Diseño en Comunicación Visual III (DCV III) en el que se propuso concebir una campaña pública de persuasión y divulgación, a través de dos piezas: un afiche y un folleto. En esta ocasión, los estudiantes debieron investigar y tomar posición libremente sobre el debate público respecto de los distintos proyectos y argumentos a favor o en contra de la baja de la edad de imputabilidad, siendo 12 los trabajos seleccionados.

Como otra propuesta de ejercicio curricular, en 2011 se planteó un trabajo que consistió en realizar el afiche de la película “Hasta que salga el sol” (Uruguay, 2010) perteneciente a la escuela de cine DODECÁ. El ejercicio significó una reinterpretación gráfica de una película que abordaba una temática compleja: el abuso sexual infantil, la violencia y su marco legal. La muestra recorrió las instalaciones de la escuela DODECÁ, la Sala de Profesores de la Facultad de Arquitectura (UdelaR) y la feria Ideas+, que se desarrolla año a año en el Parque Rodó.

También se ha trabajado con la escuela DODECÁ en años sucesivos: en 2012 con el cortometraje “Cuando el río suena”, en 2013 con “Instrucciones para ayudar a un ciego” y en 2014 con “Mauricio, el hombre que se quedó calvo”. Este trabajo en conjunto de las dos instituciones constituye un intercambio académico, tanto para estudiantes como para docentes.

A fines de 2012, se montó “Construyendo identidad. Construyendo encuentro”, la cual se originó bajo la premisa de un trabajo que buscaba un sistema de identidad para la edición del ELEA 2013 a realizarse en Montevideo. Este consistió en indagar en las particularidades del evento académico: su historia, sus objetivos, sus temas, la diversidad cultural de sus participantes, las distintas sedes, fueron los puntos de partida. Identificar los conceptos y atributos que identifican a la Facultad de Arquitectura (UdelaR) y plasmarlos en un programa visual contundente que funcionara en forma global y a distintos niveles, era el desafío.

En 2013, se repitió la experiencia de una exposición que reunía trabajos de EUCD y LDCV, este es el caso de “Kioskos, ejercicio de reflexión sobre la prensa escrita y su diálogo con el entorno”. Surgió de la premisa de un ejercicio simultáneo entre ambas carreras, que reflexionaba sobre la comunicación visual a escala urbana. La propuesta generaba preguntas disparadoras, tales como ¿por qué los kioskos son como son? a

¿cómo serían estos dispositivos si en lugar de soportar publicidad comercial y/o grafitis fueran portadores de noticias en sí mismos?

Como punto de partida se trabajó en la elección de noticias publicadas en la prensa escrita, con un criterio de elección aleatorio, pero que debían de cumplir con la consigna de que las noticias debían corresponder al día de nacimiento de cada estudiante. Por lo que el rango de tiempo se acotó a las décadas del 80-90, por las edades de los participantes. El análisis permitió reconocer criterios editoriales que daban cuenta del estilo de comunicación de cada artículo y su ubicación dentro del diario. El paso siguiente fue plasmar esos criterios al lenguaje visual mediante piezas de carácter escultórico, donde el énfasis se centró, no en la dimensión arquitectónica del objeto, sino en la comunicación de la noticia elegida.

Otro caso fue “Zona Poema”, que surgió como un espacio abierto a la escritura poética como un proyecto apoyado por los fondos concursables del Ministerio de Educación y Cultura (MEC) en 2009. Desde 2011 asume las características de un festival urbano poético y de diseño, ya que en asociación con LDCV, se desarrollaron trabajos desde el curso DCV II, piezas gráficas que intentan traducir el mensaje en letras a un lenguaje visual.

Año a año, esta hibridación llega a las calles de Montevideo, planteando un circuito formado por 21 MUPI (mueble urbano para la presentación de información) propiedad de JCDecaux, gestionados a través de la Intendencia de Montevideo (IM). Estos no siempre son cubiertos en su totalidad, es decir, no todos los años los docentes creen aptos 21 trabajos para que sean expuestos. La exposición “Zona Poema” permanece durante un año en las calles montevideanas, en ocasiones, ha recorrido ciudades del interior como Florida, Canelones y Santa Lucía, entre otras. Esto permite visualizar y leer una muestra urbana de poesía uruguaya, casi hipertextual y diseñada.

En noviembre de 2014, se realizó en la explanada de la IM, la cuarta edición de la Feria Encuentro de Economía Solidaria, bajo la consigna: “Consumo responsable, otro mundo es posible”. La misma comprende una semana de exposición, venta y actividades, organizada por la Red Economía Solidaria Montevideo. Con la presencia de la Intendenta Ana Olivera junto a emprendedores, docentes y estudiantes de la LDCV. Se expusieron trabajos del Seminario Interdisciplinario de Producto, que ayudaron en la gráfica de la marca Economía Solidaria. La Licenciatura está vinculada desde hace más de tres años a la Coordinadora Nacional de Economía Solidaria, formando a partir de este tipo de relacionamientos, profesionales comprometidos con el entorno local y la problemática expuesta. El objetivo principal de dicho Seminario y trabajo fue indagar en el diseño como un factor de desarrollo estratégico para aportar a las economías emergentes.

En junio de 2015 se inauguró la muestra “Diseño de Comunicación Visual para la Salud, Sistemas Señaléticos para el Instituto de Higiene”. La misma sirvió de culminación de un ciclo de tres años y tres generaciones de trabajo llevado adelante por el DCV5 y se desarrolló en el segundo piso del propio Instituto de Higiene.

La idea del proyecto se origina en 2012, por el Arq. Marcelo Roux quien trabaja en la Oficina de Arquitectura del Instituto de Higiene (UdelaR) y se vincula con la universidad con el fin de proponer como caso de estudio al Instituto de Higiene, atendiendo particularmente la señalética del edificio. El reto era resolver una comunicación visual capaz de satisfacer las necesidades de los diferentes usuarios del espacio. Aportando también a la realidad de que en instituciones públicas suele escasear la comunicación de identidad y dentro de ella la señalética (elemento que construye la anterior), lo cual resta al posicionamiento del ente.

Los trabajos logrados muestran distintos niveles de abordajes: algunas alternativas enfatizan el uso del espacio por niveles, otras proponen codificaciones visuales por

actividad o una identificación a partir de las instituciones encargadas de cada departamento. Mientras que ciertas propuestas se concentran en evidenciar en igualdad de condiciones las actividades de asistencia, docencia e investigación clínica-patológica que operan en el edificio, otras priorizan las zonas estudiantiles como foco de atención visual.

La exposición presentó una proyección con imágenes de los estudiantes trabajando en el proyecto y constó de doce paneles que daban cuenta de los procesos desarrollados, tanto en el proceso de investigación como de diseño. Se presentaron una serie de conferencias sobre señalética, donde se destacaron los oradores: Soc. Rodolfo Levín (Director del Instituto de Higiene), el diseñador Álvaro Heizen (Kairos y Cronos) y por la LDCV Lucas Giono. El evento se enmarcó dentro de las actividades de 100 años 100 intervenciones de la Facultad de Arquitectura (UdelaR) y dentro del Mes de Diseño de la Cámara de Diseño del Uruguay.

Anualmente en diciembre, tiene lugar la “Noche de fallos”, instancia en las que se les brinda las calificaciones finales a los estudiantes. Esta instancia es utilizada para exponer los trabajos de cada taller, llegando en 2014 a mostrar productos de todos los años además de un proyecto final de carrera. Tiene lugar en el salón más grande y representativo de la Facultad y pudiendo ser acompañada de una proyección audiovisual. Esta dinámica congrega un buen número de público, en gran parte familiares de los propios estudiantes.

En 2014, visitó el Centro Cultural España (CCE), la muestra itinerante “24x365 Diseño Gráfico para la Comunicación Pública”. Esta recorrió España y América Latina y estaba dedicada a la comunicación visual y la relación de esta con las ciudades y los ciudadanos, reuniendo gran cantidad de trabajos españoles donde estaba presente de manera acentuada una carga didáctica. En el montaje de esta exposición trabajaba el diseñador gráfico José De los Santos, quien es docente en LDCV y es por medio de él,

que CCE invita a la Licenciatura a complementar un espacio con sus propios trabajos, siguiendo la consigna que planteaba la anterior.

Es esta la exposición más relevante de la LDCV, por ser los únicos protagonistas invitados y contener trabajos de varias áreas y años de la carrera. La muestra se denominó “LDCV/ EXTENSA: Procesos de enseñanza-aprendizaje para la acción desde la educación pública”. Esta modalidad de enmarcar una exposición dentro de otra suele llevar el nombre de “muestra pop up”. El resultado fue la presentación de una selección de propuestas que daban visibilidad a una parte de los procesos creativos que se venían desarrollando en el marco académico de la Licenciatura. Se buscó exponer aquellos trabajos que fueron destinados a comitentes reales, como se ampliará posteriormente.

En este caso se presentaba al diseño de comunicación visual como una voz pública, como factor de estatus en nuestra sociedad y por su capacidad de institucionalizar y visibilizar discursos en una comunidad. Se vinculaban dinámicas de enseñanza-aprendizaje ligadas a una cultura en movimiento, buscando generar una instancia que habilitaba procesos proyectuales críticos de la realidad en la que se desarrollaron articulando problemáticas y pertinencia social. Dicha búsqueda se plantea a través de trabajos de estudiantes de variada complejidad generados en el área proyectual, acorde a distintos niveles, planteando el objetivo de hacer entender al diseño como un ejercicio estético de relevancia a la hora de comunicar un mensaje a la sociedad.

La selección de los trabajos expuestos fue en parte bajo una premisa pedagógica y de visualización, pero que también estuvo condicionada, por el espacio donde se iba a exponer y más aún por el presupuesto que la Licenciatura contaba para el desarrollo de la misma.

Entre los trabajos expuestos aparecen algunos que promovían la integración de distintos actores de la esfera cultural nacional. Este es el caso de las cuatro ediciones

de Zona Poema, propuestas para la escuela de cine DODECÁ, proyectos de identidad visual para distintos museos públicos y de interés sociocultural, el desarrollo comunicacional de la Mesa de Economía Social de Montevideo y la generación del programa señalético para el Instituto de Higiene.

La exposición comprendió trabajos del DCV II, como “Ventanas abiertas para mirar poesía”, una selección de afiches basados en puestas tipográficas e imagen para la selección de poemas de Zona Poema. También afiches para la difusión de los cortometrajes de la escuela de cine DODECÁ, generados en 2012 y 2013 donde se abordaba esta tipología clásica del diseño de comunicación visual haciendo énfasis en su función identitaria y de promoción. Esta presentación de afiches para los cortometrajes fue apoyada con una pantalla que dejaba ver las producciones filmadas sobre las cuales el estudiante había trabajado.

Por parte de los cursos DCV III y DCV IV, se expuso “La Voz Pública”, afiches que planteaban dispositivos para la argumentación, posicionamiento y visibilidad en la esfera pública. Tratando temas como el debate sobre la baja de la edad de imputabilidad en 2011, en 2012 sobre la problemática de las adicciones y en 2013 trabajando para la campaña “Nunca más a mi lado”, contra la violencia en noviazgos jóvenes. En esta sección, también se contó con una proyección de un video hecho por los propios estudiantes que argumentaban la experiencia del proceso de trabajo y platicaban sobre la temática del trabajo.

Otras piezas producto de estos talleres, fueron sistemas de identidad para instituciones públicas culturales, donde se trabajó con el Museo Blanes, Subte, Zoológico, Museo del Carnaval, Museo de las Migraciones, Museo de la Memoria y Museo Larrañaga.

Desde el último taller de la LDCV, el DCV V, se presentaron dos trabajos. El primero fueron sistemas de señalética e información institucional para el Instituto de Higiene,

organismo dependiente de la UdelaR. El edificio está integrado entre otros por departamentos y laboratorios del Ministerio de Salud, ASSE y el Servicio de Enfermedades Infecto-Contagiosas Hospital Pasteur. Esta acumulación de entes, conllevaba la difícil tarea de plasmar la información que debe proveer un instituto de esas características ajustado al uso común del espacio. En segundo lugar, se expusieron diferentes dispositivos que ofrecían estrategias de divulgación y visualización de información sobre la problemática de las inundaciones en Durazno, Soriano, Treinta y Tres y otras localidades. Tarea que se desarrolló junto al Instituto de Teoría y Urbanismo (ITU) de la Facultad de Arquitectura (UdelaR).

El Seminario Interdisciplinario de Producto, participó con trabajos de 2012 y 2013, articulados junto a la Mesa de Economía Social Montevideo. Allí se buscó establecer un diagnóstico en profundidad sobre problemáticas comunicacionales y barreras de diseño en la visibilidad y desempeño de la economía social y solidaria. Proyectando en consecuencia, distintos vectores de acción posible, desde un identificador colectivo hasta implementaciones editoriales para las instituciones o diseño de packaging para los productores.

La exposición abarcó un programa de actividades paralelas que comprendió charlas y mesas redondas a cargo de docentes de la carrera, diseñadores del medio y agencias de publicidad. Además la actividad fue acompañada por talleres para niños y adolescentes.

2.3. ORT

Esta institución privada, está integrada entre otras por la Facultad de Comunicación y Diseño, siendo esta la más antigua del país, creándose en 1992. En torno al mundo expositivo, ORT abre sus instalaciones para albergar una gran cantidad de muestras producidas por ex estudiantes como son el caso de “PATRIaPARTES” (2002), “Exposición de trabajos, Carola Vanerio” (2003), “Exposición DG. Gabriel Erosa” (2003), “Expo 10” (2004), “Exposición Collage Digital” (2004), entre otras.

Oscar Aguirre, director académico de la Universidad desde 1999, habla de una estrategia asumida por ORT en los años 2002 y 2003 que todavía perdura. Aguirre plantea que una institución no puede atacar todos los frentes por igual, que debe hacerse fuerte en un punto e influir por allí al mercado y su público objetivo, estrategia que él denomina como “punta de flecha”. Esta táctica, la interpoló en ORT, reforzando el eje de la tipografía, ya que en aquel momento escaseaban los estudios sobre dicha materia y en la región solo la Universidad de Buenos Aires (UBA) dictaba cursos de esta naturaleza.

ORT tiene al frente de algunos talleres al reconocido diseñador gráfico uruguayo, Gustavo Wojciechowski, el cual es docente de Tipografía y catedrático de Diseño Editorial y Publicitario. Este, como parte de su labor personal ha plasmado exposiciones de sus propios trabajos, las cuales muchas veces son auspiciadas por la institución, teniendo incluso un espacio en sus instalaciones. Ese es por ejemplo el caso de “La melodía del grafo” (2002).

Con esta visión y actividad expositiva, el catedrático produce muchas veces desde sus talleres en la universidad, exposiciones con trabajos finales de su estudiantado. Este es el caso de “Doblette”, que corresponde al Taller de Tipografía, en este se expone la producción tipográfica del taller extracurricular y experimentaciones. Esta tuvo varias

ediciones y publicaciones y evidencia la situación de la tipografía en Uruguay y su vinculación con Tipos Latinos (Bienal Latinoamericana de Tipografía), evento que ORT apoya y difunde desde hace ya varias ediciones. “Doblette” se trata de un espacio de intercambio y aprendizaje, un lugar donde docentes, egresados y estudiantes comparten horizontalmente sus respectivas inquietudes, donde pueden experimentar y diseñar. En 2005 se llevó a cabo la primera muestra en el Cabildo de Montevideo, al igual que en 2006 y la tercera en la Sala Sáez del Ministerio de Transporte y Obras Públicas (MTOP) en el año 2008.

Todas las muestras “Doblette” fueron documentadas en las publicaciones mencionadas, de la siguiente manera: DOBLETTE (Yaugurú, 2006; que recogiera los trabajos del segundo taller, realizado entre fines del 2005 y principios del 2006); DOBLETT3 (Yaugurú, 2007; que recogiera los trabajos del primer taller realizado sobre fines de 2002 y del tercero realizado durante el semestre final del 2006) y TT4 (Yaugurú, 2009; que recogiera los trabajos del cuarto taller, realizado en el segundo semestre de 2008). En 2010 se realizó el quinto taller extracurricular de tipografía.

Wojciechowski, es responsable también de organizar la primera exposición de la Universidad, que constó de una muestra de los primeros egresados en los años 1997 y 1998 en la Galería del Notariado.

Otras exposiciones impulsadas por este docente desde la Universidad fueron: “24 horas diseño”, donde la premisa fue transitar de la idea al producto. Iniciando una recorrida por la creatividad para llevar a cabo el proceso de diseño gráfico, industrial y moda, en una muestra interactiva de ideas, bocetos, modelos e imágenes de trabajos desarrollados por los estudiantes de las licenciaturas del año 2004. “Exposición de afiches realizados en homenaje a Carlos Vaz Ferreira”, contaba con este tipo de dispositivos realizados por estudiantes del Taller de Tipografía correspondiente al año 2008, teniendo lugar en el espacio institucional del MTOP. “Diseño x 3” fue una

muestra que reunió las producciones académicas originadas en tres áreas: Editorial, Indumentaria y Muebles, además de que fue acompañada por un ciclo de conferencias presentado en Plataforma en 2008. “1mpro i”, también en la sala del MTOP, fue una exposición colectiva sobre tipografía, donde participaron egresados, docentes y estudiantes de ORT en 2013.

ORT organiza cada fin de año, “Presentación profesional de graduados de Diseño Gráfico, Industrial, Modas y Multimedia”. Un espacio académico donde los graduados de las licenciaturas realizan su presentación pública a autoridades académicas y empresarios, docentes, profesionales y estudiantes, prensa y público en general. Este espacio promueve, en el final de la formación de grado, los mecanismos necesarios para verificar una adecuada comunicación de su propuesta individual, colectiva, emprendimiento y/o visión del diseño. No es un taller, sino que responde al cierre, a la culminación del pasaje académico del estudiante por la institución.

Cada estudiante aplica en esta instancia su carpeta individual de egreso, un portfolio, mediante una presentación y exposición colectiva. En 2009 tuvo lugar en el Subte y contó con las presentaciones de Nicolás Albano, Agostina Di Matteo, María José Marfetan, Gastón Miralles, Fernando Pasinotti y Rodrigo Coppa. Este último comentó:

El diseño es el proceso de seleccionar, organizar y proyectar elementos para generar formas visuales con el objetivo de comunicar mensajes previamente definidos por medio de diferentes canales. Estas etapas son la esencia del resultado final y es lo que hace a cada diseño una pieza única y diferente ante las otras. Cada pieza es un nuevo desafío que se nos presenta día a día como diseñadores.

María José Marfetan, da su visión del diseño:

Entiendo al diseño como una herramienta para mejorar la comunicación, cargada de un componente estético muy importante. A nivel personal, diseñar es una

experiencia desafiante y entretenida que permite cargar de vida y sentido a los objetos para que hablen en un idioma o en otro, sea un idioma universal o un dialecto conocido por unos pocos.

Por su parte Gastón Miralles, habla de cómo su aprendizaje en ORT lo definió como diseñador:

Mi rol como diseñador es amplio en el sentido que tengo que llegar a conocer el producto tanto como mi cliente para poder resaltar sus características principales. A su vez, ese análisis tiene que dar un resultado claro para generarle al producto una imagen y personalidad propia. La diferencia entre un trabajo bueno y uno excelente es la atención que se le presta a los pequeños detalles.

Por último, Fernando Pasinotti, trasmite:

La definición más abarcadora y general que podría dar sobre diseño gráfico es que es el proceso de concebir, organizar, planificar y ejecutar todas las acciones pertinentes para que un mensaje determinado sea transmitido entre dos partes mediante la comunicación visual.

Otra exposición es "Recreación", un espacio académico de vinculación con las empresas y emprendimientos productivos del Uruguay, el cual culmina con una exposición de todos los trabajos desarrollados. Reúne bajo el Proyecto Integrador, las propuestas de estudiantes del último semestre de las Licenciaturas en Diseño Gráfico, Industrial, de Modas y Multimedia. Los trabajos se centran en resolver las necesidades de comunicación y revalorización de la imagen gráfica y sus soportes.

Este taller persigue el objetivo de la integración de conocimiento, en este se trabaja en un caso real donde la empresa en cuestión acompaña todo el proceso de trabajo. Además el problema de comunicación es atacado desde varias perspectivas, pudiendo trabajar en el mismo proyecto estudiantes de varias licenciaturas. Esta "integración de conocimiento" es potenciada ya que es un caso real sobre el que se trabaja.

Esta práctica se lleva de forma ininterrumpida desde 2007, siendo en 2009, 149 los proyectos de diseño desarrollados específicamente para 68 empresas u organizaciones. En 2012, 36 de estas decidieron formar parte de la Quinta generación de “Recreación”, mientras que 58 jóvenes profesionales fueron los responsables de explorar sus capacidades para dar respuestas proyectuales en el campo del diseño. En 2013, 50 empresas y 68 proyectos, completaron la Sexta edición del Proyecto Integrador. En 2014, 60 fueron las empresas inscriptas para formar parte del evento y 65 fueron los proyectos de estudiantes. Desde su primera edición en 2007 han participado aproximadamente 250 empresas y más de 400 estudiantes, donde se realizaron presentaciones públicas de los proyectos. Este incremento de trabajos proyectados año a año, se refleja en la exposición con la que culmina dicho espacio académico, aumentando a su vez la importancia espacial y conceptual.

Es por este período de tiempo ininterrumpido y por lo que significa para el estudiante tener que trabajar en pos de un comitente real, que la presente muestra se destaca de entre las otras. El proyecto se dirige a empresas, emprendedores e inversores con ideas potencialmente transformables en productos o servicios, con necesidades de comunicación que requieren desarrollar proyectos de diseño gráfico, industrial o de modas.

Los trabajos pueden llegar a concretarse realmente, de ser empresas locales. La Universidad cede los derechos para que el diseñador sea único dueño. Hasta la fecha ORT ha cedido 50 derechos.

2.4. UDE

UDE surgió hace aproximadamente veinte años, de una empresa ya existente denominada Asociación de Dirigentes de Marketing del Uruguay (ADM), el fuerte relacionamiento de esta con las prácticas del marketing y su carácter histórico fueron quienes dieron a la Universidad el denominativo de Universidad de la Empresa. Desde hace dos años, UDE aloja a la Licenciatura en Diseño Gráfico que pertenecía al Instituto Universitario BIOS. Las exposiciones que realizan desde allí, como todas las que parten de universidades privadas, tienen como fin conseguir nuevos estudiantes para sus años entrantes. Pero, otros públicos son también tomados en cuenta, como el empresario, a los que se les programa recorridos guiados por ellas.

“Creativa: primera muestra de diseño empresarial” tiene lugar en setiembre de 2014 y nace con la premisa de que la actualidad requiere de profesionales capacitados para hacer del diseño una herramienta de superación del nivel de vida de la sociedad. Por eso la exposición es una muestra de los principios que UDE aplica en su Facultad de Diseño. Tanto las metodologías aplicadas en los cursos, como su concreción en convenios con empresas e instituciones, procuran acercar al estudiante a la realidad productiva del país, formando profesionales en cuatro áreas, donde se encuentra el Diseño Gráfico.

Los trabajos presentados en “Creativa”, fueron proyectados para empresas y comitentes reales, surgidos de un convenio con DYNAPYME, donde aparecieron pequeñas empresas tales como Dental Ledux, Un mundo de cajitas e Historias y caminos (servicio de guía turística que se brinda en Tacuarembó). Lo que deja entrever un interés de descentralización que plantea la institución al trabajar con emprendimientos de otros departamentos y no solo de Montevideo. Por parte de la rama del Diseño Gráfico, la exposición comprendió trabajos de imagen institucional donde se trabajó con el Museo Aeronáutico, propuesta de packaging para el Museo de

Arte Precolombino e Indígena y diseño editorial. Según Beatriz Leibner, antigua estudiante y desde hace cinco años integrante de la Universidad, actual Asistente del Decano, el objetivo fue llevar a empresas para conseguir una mayor visualización de la Universidad, una dinámica similar a un desayuno de trabajo.

Desde hace siete años ininterrumpidos, en el mes diciembre, se lleva a cabo la exposición “UDE Diseña”, un evento cuyo objetivo es brindarles a los estudiantes un espacio en donde puedan mostrar sus trabajos y darse a conocer como profesionales. Estos estudiantes corresponden a las carreras de Diseño Aplicado, Diseño en Indumentaria, Diseño de Interiores y Diseño Gráfico. El evento es una muestra de fin de año, por lo cual no hay una selección previa a la exposición en sí, se busca exponer un solo trabajo de cada estudiante y se prioriza el proceso que este llevó.

En comparación con “Creativa”, “UDE Diseña” comprende más ediciones y se instaure como una muestra representativa de la Universidad. Generalmente la misma comprende cada año temáticas variadas, pero Leibner reconoce que en los primeros años hubo una fuerte impronta de apoyar a la industria e identidad nacional. En la Sexta edición y con la anterior temática ya incorporada por la experiencia en sí, se decide desde el punto de vista académico trabajar sobre el ECO diseño, idea que proviene de una materia homónima del último año de la carrera.

La exposición no cuenta con curadores individuales, sino que es un equipo de docentes que trabaja en pos de conseguir los mejores resultados. Para solventar la muestra se venden bonos colaboración y además cuenta con auspiciantes, los cuales aportan productos para el desfile como maquillaje o con catering. A cambio, se les propone presencia en todas las piezas que se produzcan para difundir la exposición y la oportunidad de un roll up en la entrada del evento.

Se registra que entre 700 y 800 personas concurren al evento, dato recabado por las invitaciones, bonos colaboración y por la cantidad de sillas dispuestas. Cabe destacar

que al evento son invitadas autoridades de las demás universidades que se manejan en el mismo rubro. Por ejemplo, en la edición 2014, estuvo presente el director académico de la ORT, Oscar Aguirre.

El evento solía desarrollarse en el ballroom del Hotel Radisson, el cual presentaba algunos beneficios, tales como la presencia de la pasarela (pieza fundamental ya que uno de los puntos fuertes del evento es el desfile que es parte curricular de la rama Diseño de Indumentaria). La locación hacía que el espacio sea accesible además de que ofrecía cercanía a las instalaciones de la Facultad de Diseño UDE. Además contaba con gran locomoción, la cual facilitaba la concurrencia. Admitía una buena capacidad y comprendía habilitaciones que exige la IM, tal como la habilitación de bomberos, detalles que no son menores en eventos de esta magnitud. Pero el ballroom presentaba contras, como tener que montar y desmontar la exposición en el mismo día y que no se podía publicitar en el exterior de este.

En 2014 y para su Séptima edición, se decidió cambiar el lugar a la Facultad de Ciencias Agrarias de la UDE, esto aportó personalidad al evento y tuvo la característica de ser al aire libre.

Además del lugar se produjeron otros cambios en ese año. Hasta el momento los participantes de la exposición siempre habían sido Técnicos en Diseño Gráfico, ya que al absorber hace tan solo dos años la Licenciatura, no se contaba en la carrera con ellos. En esta instancia los estudiantes de los cuatro años de la carrera exponen y también lo hacen egresados con sus portfolios.

Dispersos en paneles, sin identificación alguna y sin introducción o explicación a los ejercicios planteados, se encontraban de primer año y tercer año afiches que trabajaban sobre distintos actores como el Museo Figari y Torres García, un café, la Revista typos y sobre la historia de la tipografía. Los estudiantes de segundo año propusieron una exposición de packings y diseño editorial. Mientras que los

correspondientes a cuarto año, presentaban un total de seis portfolios, más una proyección.

En ediciones anteriores la exposición no era publicitada, el acercamiento del público era por invitación, Leibner aseguró que esto se debía a una decisión institucional que corresponde a la etapa de la Decana Arq. Franca Rosi. Con la asunción del nuevo decano, esto cambia y en 2014 se publicita en Revista Bla, Preuniversitarios y Alfa FM.

La gráfica del evento es generalmente producto de algún estudiante de primer año de Diseño Gráfico que se ofrece a hacerla, ya que este trabajo no forma parte del programa curricular. Para la Séptima edición se utilizó una fotografía producto del primer semestre del año, esto derivó del trabajo inconcluso de los estudiantes de moda con los de diseño. De todas formas, desde la carrera de diseño sale el nombre de la muestra: “evento 4D”.

El evento contó además con un asesoramiento para informar al público sobre las carreras que la Facultad de Diseño y Comunicación tiene para ofrecer, lo que deja ver que uno de los objetivos de la muestra fue apuntar a nuevos estudiantes.

Juan Diego Duarte, exponente de cuarto año, explicó que él y sus compañeros aún se sienten como invitados en “UDE Diseña”, ya que es un evento basado en el desfile y la Licenciatura de Modas. Pero ve la exposición como una buena iniciativa para mostrar lo que hace y ponerse en contacto con empresas y otros diseñadores. Duarte ha participado en otros eventos de UDE como “Mamushka”, una feria que se hizo como motivo del Día de la Madre. La misma fue abierta a todo público y los estudiantes tuvieron dos labores, gestionarla y producirla, el dinero recaudado fue para solventar los gastos que llevó realizarla. Sobre el cambio de la carrera de BIOS a UDE, el estudiante no ve mejoras en lo académico pero sí desde el punto de vista organizativo, además cree que es mejor obtener un título de la actual Universidad, que de la institución anterior.

III. ANÁLISIS

Indagando en la temática expositiva y encontrando al ámbito museístico como un protagonista relevante, se debe diferenciar este de las exposiciones de carácter académico.

Anteriormente se ha descrito el proceso expositivo realizado de forma completa dentro de un museo, las exposiciones académicas relevadas en este trabajo, no contemplan el proceso de armado de una exposición museística. Por lo cual, las exposiciones de estudiantes pocas veces son encontradas en un museo, sino que son realizadas en el propio lugar de aprendizaje.

La preparación y normativas que constituye un museo para la realización de una exposición, se ven simplificadas en el ámbito estudiantil a tal punto que suelen disolverse las áreas y tareas específicas de la museología. Recordando las etapas que conlleva una exposición formal como se desarrolló antes, varios puntos suelen ser omitidos o tratados. Como por ejemplo que las exposiciones sean gestionadas en muchas ocasiones por los propios docentes de la materia de la cual parte los trabajos que la componen. Sumado a esto, que, como se menciona anteriormente, dicha práctica suele realizarse en la propia casa de estudios, lo que supone prescindir en muchos casos del alquiler de local, equipos o mobiliario.

Más allá de la diferenciación entre los ámbitos planteados, los procesos y etapas se generan de la misma manera, a pesar de que los objetivos sean distintos. Pues tanto la planificación, la preproducción, el montaje y la evaluación, son necesarias en todo proyecto de exposición.

Las exposiciones académicas son de carácter temporal, ya que cada año, los trabajos y estudiantes varían, por lo que es necesario cerrar una etapa para dar lugar a nuevas

miradas. Exponer los trabajos de los estudiantes realizados durante el año curricular o realizar un trabajo específico para exponer, significa, en cualquiera de los dos casos, una estrategia para dar a conocer los programas académicos y el proceso pedagógico de los mismos. Además es una vía para mostrar los logros e innovaciones que los ejercicios planteados obtienen de manera constante, así como vincular a los estudiantes a la comunidad empresarial. Se les da un lugar a los trabajos para intercambiar miradas y enriquecerse, para plasmar distintas expresiones y voces que serán valorados por el público.

Salinas, Landeros, Hernández (2007) expresan:

Realizar este tipo de eventos es necesario, no solo para la formación de los propios estudiantes de diseño sino como un excelente medio de difusión para la disciplina al congrega a estudiantes, diseñadores, creadores visuales, especialistas de profesiones afines y público en general en torno al servicio del diseño, pues ayudan a consolidar convenios y compromisos con el sector público y privado para el desarrollo de proyectos específicos del instituto.¹⁹

En general, las exposiciones académicas no se muestran los bocetos, ni los procesos o las decisiones que llevan al estudiante a conseguir y definir el producto final. Sino que se da cuenta de la experiencia del trabajo expuesto por los textos introductorios que nos presentan la muestra.

Pueden aparecer paneles que redactan en resumen, los objetivos que debía alcanzar la pieza, qué conllevó su proceso y en situaciones, como en el caso de ser trabajos que requieran una variedad de piezas mayor, este soporte aporta una mirada a todo el sistema gráfico sin la necesidad de la presencia física de todos los elementos. Como se define anteriormente, el diseño es un proceso que nace de un pedido específico con un brief y siendo ese el objetivo que intentan brindar estos paneles. Una diferencia

¹⁹ SALINAS, Isabel; LANDEROS, Karina; HERNÁNDEZ, Leonel. "Exposiciones como medio de divulgación del diseño: un método sustentable para su realización". En: Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo. Publicación # 10, Enero – Junio 2013, RIDE, 2007.

que no es requerida en las exposiciones de arte, donde la importancia radica en la libre interpretación del espectador.

Una particularidad a resaltar en las exposiciones de diseño gráfico, es que en muchas ocasiones existen piezas expuestas con las que el público puede interactuar. Es decir, soportes como folletos de varias páginas, productos editoriales o packagings, en donde el espectador tiene que ver y estudiar más de lo que se ve a simple vista. Permitiéndole así introducirse y entender el diseño que atraviesa al objeto en su totalidad.

A su vez se suele aclarar que los resultados alcanzados responden a determinado nivel de aprendizaje, que forma parte del crecimiento, en el cual el estudiante seguirá trabajando para alcanzar un nivel superior. Esto se debe a que el exponente se encuentra en un proceso de formación y maduración de su trabajo, por lo que los resultados no pueden juzgarse en estos momentos como profesionales.

En cuestión, la exposición llevada a la experiencia académica refiere al hecho de mostrar los resultados alcanzados por el estudiante, evidenciando a la vez el proceso de trabajo que lo llevo a la obtención del mismo. Una práctica que al ser tutelada implica el relacionamiento de tres sujetos: el estudiante, el docente y el espectador.

Estas exposiciones relatan los objetivos del ejercicio que buscó dejar un aprendizaje pedagógico al estudiante y en muchos de los casos logran relacionarse con temáticas competentes a la actualidad. Esto último clarifica y expone los valores sobre los que se asienta cada universidad al apoyar o difundir determinadas temáticas de la esfera social. Además evidencian lo que cada institución académica es, dando una idea al público de qué y cómo se enseña y de cómo son los procesos que se dictan al estudiante para que este pueda valerse por sus propios medios y llegar a un resultado valorable.

La figura del curador o comisario es bastante inusual en las muestras académicas, tomando este rol mayoritariamente los docentes a cargo de los talleres que produjeron los trabajos a exponer. En gran parte, esto refiere a que fueron eje central en la labor desarrollada y que fueron en cierta medida los gestores del brief propuesto. Agregar a lo anterior, que fueron quienes acompañaron al estudiante en el proceso y vieron sus mejoras, guiándolo de la mejor manera.

Además del rol de curador, muchos otros son suprimidos de igual manera. Al exhibirse en las mismas universidades, las figuras de director, diseñador de iluminación, jefe de seguridad, técnicos de producción y personal de mantenimiento, entre otras, suelen desaparecer. Dado que, por ejemplo, la iluminación es la existente y rara vez es añadida una alternativa para mejorar el entorno, la seguridad y mantenimiento ya existen abocadas al lugar y la producción es realizada por los docentes y en ocasiones, estudiantes. El restaurador no es necesario en el ámbito expositivo y los cargos de diseñador gráfico, jefe de registro, educador/comunicador y editor, son abarcados por el cuerpo docente. A pesar de esto, algunas instituciones suelen contener áreas que gestionan estas labores.

En relación a las instituciones estudiadas, **IENBA** es la única universidad que cuenta con una sala de exposiciones propia y resulta raro que el área gráfica nunca haya tenido una muestra en esta. Las líneas de trabajo planteadas por los propios docentes y desarrolladas durante todo el año, responden fuertemente a **temas de interés social**, donde muchas veces se deja al estudiante la libertad del partido a tomar partido. Se han trabajado sobre temáticas como derechos de niños, niñas y adolescentes, 40 años del Golpe de Estado y la baja de la edad de imputabilidad, entre otros.

Está en relación con otras instituciones públicas como por ejemplo BROU, contacto que les ha permitido el desarrollo de una muestra anual en los últimos años, reflejando y evidenciando lazos contruidos entre sectores del ámbito público.

IENBA enfoca la labor y proceso de sus talleres en temáticas sociales de actualidad, dejando entrever una postura de dicha institución hacia la sociedad en la que coexiste. Analizando los trabajos obtenidos se puede apreciar una dedicación mayor por parte de los docentes a concretar el mensaje, que a lograr una mejor pieza comunicacional en su conjunto. Pudiéndose descuidar a veces la propia evolución del estudiante por la transmisión de una ideología.

A diferencia de las demás, **LDCV** nace dentro de una facultad ya consolidada dentro del área proyectual, como lo es la Facultad de Arquitectura (UdelaR). En su breve existencia, ha enfocado la mayoría de sus procesos de trabajo a **temáticas relacionadas con la esfera pública**.

Al igual que la institución pública anterior, por pertenecer a la UdelaR, refiere a temas sociales, pero otorgando más libertad al estudiante a la hora de transmitir el mensaje. Pero no es este punto lo que caracteriza las muestras de dicha Licenciatura, sino que lo son sus trabajos en relación con otros institutos y emprendimientos. Abordando, por ejemplo, el abuso infantil por medio de afiches cinematográficos, promoviendo eventos académicos, reflexionando sobre los espacios de la ciudad (como los kioskos), trabajando en conjunto con emprendimientos emergentes (Zona Poema), desarrollando soluciones a edificios estatales (Instituto de Higiene), aportando a campañas como en contra de la violencia en noviazgos jóvenes, entre otros.

Esto deja entrever discursos de la comunidad y temáticas de relevancia social que oscilan entre información, cultura, participación ciudadana, opinión y polémica.

Además, a través de esto se evidencia una apuesta a la visualización de una carrera universitaria nueva y pública que tiene como único eje al diseño de comunicación visual, apuntando a la socialización a partir del diseño o el diseño como herramienta sociabilizadora.

Cabe destacar que ambas universidades recién mencionadas, no representan una competencia entre sí, dado que Udelar en sus bases fundacionales no concibe que esto suceda entre sus propias carreras. Además, IENBA plantea un “tronco” de 3 años con gran contenido artístico para luego diversificarse en la rama de Diseño Gráfico. Mientras que LDCV, por originarse a raíz de la existencia de un Departamento de Diseño en la Facultad de Arquitectura (Udelar), posee una naturaleza científica y una metodología de trabajo diferente, además de ser una carrera de comunicación visual.

En cambio, las dos universidades privadas, ORT y UDE, compiten entre sí para llenar sus cupos, teniendo como objetivo principal atraer nuevos estudiantes para sus sucesivos años. Mientras que ORT ya está consolidada por trayectoria y un plantel docente con historia, la licenciatura de UDE responde a la “absorción” de una carrera en declive.

ORT promueve la práctica expositiva desde sus propios talleres, con trabajos finales de curso, apoyando emprendimientos de integrantes del cuerpo docente y hasta otorgándoles un espacio a sus egresados para que monten sus muestras. Hay una fuerte presencia del diseño tipográfico, ya que como se expuso anteriormente, Oscar Aguirre apuesta a ese eje como diferenciación de la casa de estudios a la cual dirige. Anualmente, esto se refleja con el apoyo a la “Bienal de Tipos Latinos” y la muestra “Doblette” generada por el taller de tipografía dictado por el Gustavo Wojciechowski. Esta última, sumada a “Presentación Profesional” y “Recreación”, hacen crecer año a año el caudal de exposiciones de la universidad.

ORT busca el constante acercamiento al mundo empresarial, esto puede leerse como una vía para expandir su bolsa de trabajo para egresados. Esto es apreciable de manera directa en su taller/exposición “Recreación”, el cuál plantea proyectos en base a comitentes y empresas genuinas.

Por su lado, UDE parece más interesada por ganar un poco del mercado que su contrincante acapara, enfocando sus esfuerzos a la obtención de estudiantes para sus años venideros.

UDE plantea con sus muestras, el fin de representar en sus exposiciones objetivos secundarios, como lo son la **descentralización, incentivar la industria y la identidad nacional y apoyar el eco-diseño**. La reciente Licenciatura en Diseño Gráfico de UDE, junto con las otras carreras, trabaja con pequeños emprendimientos nacionales que se generan fuera de la capital, haciendo visible la universidad en otros puntos del país. El eco-diseño, recalca uno de los puntos que se desarrollará anteriormente, al ser esta una manera de aportar desde lo académico a la sociedad una práctica elogiada.

Un detalle a resaltar, es el desaprovecho de los diseñadores en el desarrollo de la gráfica para el evento final. Una muestra anual y más aún cuando supone un evento o cierre de cursos, debe publicitarse fuertemente por varios medios y formas, para que exista una devolución al trabajo que exigió desarrollarla. Por lo que es una excelente y una doble oportunidad, que la estética que la publicite, pueda ser producto del propio taller de diseño gráfico de la propia institución.

IV. CONCLUSIÓN

En la presente tesis se ha investigado y estudiado como eje principal, el ámbito expositivo generado dentro de las instituciones académicas que imparten el diseño gráfico como profesión en el país. Tal estudio y su relación con el proceso disciplinar dentro de cada institución, ha implicado la necesidad de conocer algunas terminologías relacionadas a lo expositivo. Al mismo tiempo generando la necesidad de conocer la concordancia y/o diferencias que existen entre exposiciones del tipo artísticas y exposiciones de diseño gráfico. Dentro de esta última, se habla de lo que caracteriza a las que se encuentran en un lugar académico e impartido desde el mismo.

Una vez expresado esto, la tesis se enfoca a recabar información de cada una de las exposiciones que se han realizado dentro de los cuatro institutos (IENBA, LDCV, ORT y UDE). De esta manera se obtiene el primer registro de exposiciones académicas de diseño gráfico correspondiente a carreras licenciadas, como lo que se expone, cómo se expone, dónde, quiénes participan en el proceso, cómo se realiza el mismo o qué se busca con cada exposición.

Se destaca aquí la menor preparación que se tiene al llevar a cabo una exposición de este tipo en relación a una artística por ejemplo. Pero se entiende también, que los objetivos de cada una son muy diferentes, pues no existe diseño sin su funcionalidad y por lo tanto ningún trabajo debería estar exento de esto.

Se pretende que sea una base fundamental para seguir generando mayor cantidad de exposiciones y registrándolas como manera de fortalecer al diseño gráfico en el país y a la pedagogía de este. Se quiere también mostrar los beneficios obtenidos y generar una posible continuidad al proyecto.

Se da cuenta de la importancia en los procesos de trabajos tutelados que implica la actividad de exponerlos. Constituye una experiencia pedagógica que hoy en día forma parte del programa académico y que deja mucho en la formación del estudiante. Da lugar a llevar el diseño más allá del aula, generar una relación con el público y conocer un juicio de valor que servirá para seguir aprendiendo junto a otras miradas.

Así, de la presente investigación se desprenden una serie de conclusiones relevantes que intentan reflexionar sobre lo expuesto anteriormente y atender a los objetivos planteados en el comienzo.

La práctica expositiva es un producto visible donde se genera un ambiente donde los estudiantes pueden dar a conocer sus intereses e intenciones. Pero además, configura una herramienta complementaria a su formación, dado que proporcionan un espacio de diálogo con otros diseñadores, estudiantes y futuros posibles clientes. Un medio enriquecedor, fruto de la interacción docente-estudiante-espectador.

Del análisis de todas las muestras, cabe destacar que tratándose de evidenciar trabajos tutelados generados en un taller, consideramos apropiado que se exponga las etapas del proceso o bocetos que llevaron al estudiante a conseguir el resultado final. La recurrente ausencia de no, puede atribuirse a que el proceso en sí puede ser poco atractivo para el espectador o por lo menos ser percibido así, si el relato que acompaña, no lo hace de manera ágil. A partir de los resultados obtenidos a lo largo de la investigación se propone la necesidad de mostrar los aciertos, los no aciertos, las búsquedas, la experimentación, lo que aportaría un relato mucho más “rico” sobre el trabajo planteado que cualquier texto que dé cuenta del ejercicio expuesto. De esta manera se aportaría a la gestación del futuro profesional, lo que diferenciaría estas exposiciones de las profesionales, dado el valor del proceso que llevo estudiante al desarrollo de su pieza.

A través de los cuestionamientos que surgen a partir de las entrevistas realizadas a profesionales del diseño nacional, se detectan opiniones encontradas referidas a si la exposición es de la naturaleza del diseño gráfico, es decir, si este rubro amerita ser expuesto debido a que proviene de algo funcional y no de algo para ser contemplado.

A partir de la investigación se pudo llegar a contemplar que el ámbito expositivo es propio del diseño gráfico, pero debe de distinguirse del ámbito museístico y de las exposiciones artísticas, y definir las características particulares de las exposiciones de diseño gráfico que las diferencian de las demás.

La razón principal de esta práctica en las instituciones es la de promover los procesos de trabajos tutelados y dar cuenta del resultado obtenido por el estudiante. Pero además, como se vio a lo largo del análisis, cada universidad aporta connotaciones diferentes a estas experiencias.

Dentro de los otros objetivos planteados, se destacó la ausencia de una base de datos de las exposiciones estudiadas. La información existente está dispersa y en diferentes medios y soportes (catálogos, sitios web o el relato anecdótico de los docentes y estudiantes que participaron). Por lo que consideramos necesario la sistematización de las exposiciones académicas de cada institución, la cual sea representativa para estudiantes, docentes y personas ajenas que quieran visualizar el campo que abarca cada universidad ¿Podría esto generarse de forma online? ¿Podría ser este “catálogo de exposiciones” una exposición virtual en sí?

Vemos los medios web como una posible **complementación** a la exposición física. Fernández Cozzi (2014), se interroga si aún es necesario hacer este tipo de actividad de forma material o si una página web lo resolvería, apelando esto por los costos monetarios que conlleva realizarlas físicamente. Entendemos que el soporte online, abre un ámbito que las potenciaría y haría prevalecer en el

tiempo. Además, esto permite el alcance a gente que no está en el territorio donde se desarrolla la actividad. Como dice Daniel Urruzmendi (2014), es el medio del futuro.

Esta es una forma de registrar dichas exposiciones y hasta pudiendo aportar a una reciente historia del diseño gráfico nacional al generar una base cronológica de trabajos. Fuentes plantea:

Creo que sí tendría que haber un instituto o institución donde se empezara a sistematizar la historia del diseño y sus elementos y ahí sí podría haber exposiciones temáticas bien realizadas que aportaran conocimientos.²⁰

Aquí supone la creación de una base física, como una suerte de biblioteca donde se almacenen datos, trabajos, proceso y proyectos, que se generan a partir del diseño. Esta modalidad es más ambiciosa que el medio web, pero respondería a otras ventajas como el poder interactuar con el material desarrollado, apreciarlo en el tamaño original que fue concebido, su materialidad, su forma y sentir.

Al no contar con la facilidad al acceso de las exposiciones realizadas por las universidades de diseño gráfico, y al no existir tal registro, la hipótesis primera fue que quizás, o las exposiciones eran escasas, o no se les estaba dando la debida importancia al registro. Luego de realizada la investigación consideramos que ésta última fue la acertada, pues sí se han realizado y cada vez se está optando con mayor frecuencia a esta práctica.

Consideramos que a las exposiciones académicas se les debe otorgar una mayor relevancia, ya que brindan al estudiante una instancia de superación y visualización como profesional. Sirviendo también a las instituciones como un canal para atraer público, estudiantes, empresas y seguir consolidándose en el tiempo.

²⁰ Comentario extraído de entrevista. Ver anexo 7.1.

Además, presentar los aportes desde proyectos de diseño de cualquier nivel académico, de talleres de clase, de investigación, de extensión, entre otros, permite desentramar temáticas que atraviesan a los ciudadanos. Como clarifica Frascara (2008), el diseño tiene una enorme fuerza y promueve ciertos valores sociales que condicionan el desarrollo de muchos aspectos de la cultura y tiñen roles sociales con ciertas connotaciones. Lo cual se asevera en estas instancias, ya que como señala Fontana (2008):

El diseñador ideal, preocupado por el medio social y también su profesión, debe ser formado desde sus primeras inquietudes en una actitud pensante, reflexiva.²¹

Por último una reflexión personal.

Creemos que el ámbito expositivo para la educación en el diseño gráfico es de gran importancia, pues tiene el objetivo de mostrar las habilidades profesionales e innovadoras de los alumnos. La finalidad de mostrar sus proyectos es resaltar la creatividad y los conocimientos adquiridos por los alumnos durante el año.

Con estas propuestas diferentes y cercanas al público, se refleja el esfuerzo cotidiano de docentes y alumnos por aplicar los conceptos impartidos, así como las habilidades aprendidas en el salón de clases. Así, los estudiantes próximos a integrarse al competitivo campo laboral, adoptan una postura en la que se visualizan como consumidores de su sector en el mercado para enriquecer su aprendizaje.

Experimentar con clientes reales para la inserción al mundo laboral.

Además, las exposiciones generan la posibilidad de que personas ajenas puedan ver la excelente producción que se lleva a cabo en estas carreras. El objetivo de realizar

²¹ FRASCARA, Jorge. *Diseño gráfico para la gente. Comunicaciones de masa y cambio social*. Buenos Aires: Infinito, 2008.

estas muestras es para que la gente, ya sea la que esté interesada en seguir la profesión dentro de las universidades, o empresarios, o instituciones, sepan qué cosas se hacen, cómo se planifica, la seriedad y profundidad con que se tratan las temáticas de los trabajos impartidos por los estudiantes.

Estudiar diseño, significa mantenerse dinámico con el entorno, observando, analizando, lo que la gente dice, como se viste, que actitudes tiene, mantenerse informado. El diseño es una forma de ver las cosas, y la exposición de este diseño deja entablado un traspaso de experiencias, donde diferentes miradas del mundo se unen para darle sentido y forma a una determinada necesidad. Da la posibilidad a los estudiantes de transmitir un mensaje a través de sus diseños y comenzar a dialogar con un público que es y será esencial en el proceso del futuro diseñador gráfico.

V. REGISTRO DE EXPOSICIONES ACADÉMICAS

- IENBA, Derechos de los niños, niñas y adolescentes. 2005
- IENBA, Bellas Artes de Muestra. 2011-2013
- IENBA, 40 Años del Golpe de Estado. 2012
- IENBA, Bellas Artes en el Parque Rivera. 2012
- IENBA, Homenaje al “Tola” Invernizzi. 2013
- LDCV, Abierto: Muestra múltiple de Carreras de Facultad de Arquitectura (UdelaR). 2011
- LDCV, Hasta que salga el sol. 2011
- LDCV, Zona Poema. 2011-2014
- LDCV, Construyendo identidad. Construyendo encuentro. 2012
- LDCV, Kioskos, ejercicio de reflexión sobre la prensa escrita y su diálogo con el entorno. 2013
- LDCV, LDCV/ EXTENSA: Procesos de enseñanza-aprendizaje para la acción desde la educación pública. 2014
- LDCV, Consumo responsable, otro mundo es posible. 2014
- LDCV, Diseño de Comunicación Visual para la Salud, Sistemas Señaléticos para el Instituto de Higiene. 2015

- ORT, Presentación Profesional de graduados de Diseño Gráfico, Industrial, Modas y Multimedia.
- ORT, Exposición de egresados. 1997-1998
- ORT, 24 horas diseño. 2005
- ORT, Doblette. 2005-2013
- ORT, Exposición de afiches realizados en homenaje a Carlos Vaz Ferreira. 2008
- ORT, Diseño x 3. 2008
- ORT, Recreación. 2009-2014
- ORT, 1mpro i. 2013
- UDE, UDEDisegna. 2008-2013
- UDE, Creativa. Primera muestra de Diseño Empresarial. 2014

VI. BIBLIOGRAFÍA

Básica

- ABELLA, Beatriz. "Museología y Museografía" En: ALONSO, Luis; GARCÍA, Isabel. *Diseño de Exposiciones. Concepto, instalación y montaje*. España: Alianza Forma, 2010. [PDF]
- CALVERA, Ana. *Arte¿?Diseño. Nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos*. Barcelona: Gustavo Gili, 2003.
- CERÓN, Jaime. *Museología, curaduría, gestión y museografía. Manual de producción y montaje para las Artes Visuales*. Colombia: Ministerio de Cultura, 2012
- CHAVES, Norberto; BELLUCIA, Raúl. *La marca corporativa: gestión y diseño de símbolos y logotipos*. Barcelona: Paidós Ibérica, 2003.
- COSTA, Joan. *Imagen global: evolución del diseño de identidad*. Barcelona: Ceac, 1989.
- FRASCARA, Jorge. *Diseño gráfico para la gente. Comunicaciones de masa y cambio social*. Buenos Aires: Infinito, 2008.
- GONZÁLEZ, Guillermo. *Estudio de diseño: sobre la construcción de las ideas y su aplicación a la realidad*. Buenos Aires: Emecé, 1994.
- HERNÁNDEZ, Francisca. *Manual de museología*. Madrid: Síntesis, 1994.
- HERRERA, José Luis. *Exposiciones: cómo mostrar los contenidos*. España: Universidad de Extremadura, Facultad de Biblioteconomía y Documentación, 2002. [PDF]
- LEDESMA, María. *El diseño gráfico, una voz pública (de la comunicación visual en la era del individualismo)*. Buenos Aires: Wolkowicz editores, 2003.
- LEÓN, Aurora. *El Museo: Teoría, praxis y utopía*. Madrid: Cátedra, 1982.

- LOCKER, Pam. *Diseño de exposiciones*. Barcelona: Gustavo Gili, 2011.
- LÓPEZ, Fernando. *Manual de Montaje de Exposiciones*. Colombia: El Taller, 1993.
- MERCADO, Octavio. Sobre las exhibiciones de diseño. [En línea]. < foroalfa.org >. [Consulta: 18 de abril de 2014]
- MNAV. *Antonio Pezzino | diseñador gráfico* [PDF]. Montevideo: MNAV, 2010.
- SALINAS, Isabel; LANDEROS, Karina; HERNÁNDEZ, Leonel. “Exposiciones como medio de divulgación del diseño: un método sustentable para su realización”. En: Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo. Publicación # 10, Enero – Junio 2013, RIDE, 2007.
- SCOTT, Robert. *Fundamentos del diseño*. México: Limusa, 1991.

Alternativa

- Belcher, Michael. *Organización y diseño de exposiciones*. España: Ediciones Trea, 1994.
- RICO, Juan Carlos. Dossier metodológico. Montaje de exposiciones. España: Silex Ediciones, 2011.
- MEC, Departamento de Industrias Creativas (DICREA), *Relevamiento del diseño gráfico en Uruguay* [PDF]. Montevideo: MEC, 2009.
- CRESPI, Irene; FERRARIO, Jorge. *Léxico técnico de las artes plásticas*. Buenos Aires: Eudeba, 1995.

Links visitados

- *Universidad ORT Uruguay. Eventos*. En: <http://fcd.ort.edu.uy/14920/15/eventos.html> [Consulta: 22 de noviembre de 2014]

- *PATIO. Conferencias, Exposiciones y Seminarios.* En:
<http://www.farq.edu.uy/patio/conferencias-exposiciones-y-seminarios> [Consulta: 22 de noviembre de 2014]
- *Relacionamiento URM-IENBA.* En: <https://www.urmienba.blogspot.com>
[Consulta: 22 de noviembre de 2014]
- *Universidad de la Empresa.* En: <https://www.ude.edu.uy> [Consulta: 22 de noviembre de 2014]

VII. ANEXOS

7.1. Entrevistas

Las siguientes entrevistas fueron realizadas a importantes diseñadores gráficos del entorno nacional al comienzo de la investigación (mayo - junio del 2014), a fin de adentrarse en la temática a trabajar y comprender cuáles eran las problemáticas, puntos o falencias en el tema.

Dichos relatos fueron de ayuda al momento de acotar el tema a estudiar.

Alejandro Di Candia

¿Consideras que son pocas las exposiciones al año en Montevideo?

Sí, creo que son pocas y en general están mal hechas acá y en todas partes. El diseño nace de un pedido y es una respuesta a un problema concreto de un cliente, por lo tanto si en la exposición no está ese pedido, ese brief o esa necesidad, la exposición termina siendo totalmente absurda y termina siendo en definitiva lo que podría ser una exposición de arte. Me parece que eso no tiene nada que ver con el diseño. Eso no te aporta nada, eso es como para mostrar las cosas lindas que hago, lo que no significan que son buenas, efectivas. Entonces si no hay una explicación detrás del diseño... el diseño no es arte.

¿A qué se debe?

De la información que me llega, creo que es poca. Yo creo que a la gente le interesa poco. No hay ni exposiciones sobre el diseño uruguayo o las que hay son de arte. Creo que en realidad las ideas culturales están escasamente presentes. Pero el diseño menos, tendría que haber más.

¿Por qué casi no se ven muestras de forma independiente?

La pregunta sería ¿por qué tiene que haber muestras independientes?, yo podría hacer una exposición para mi trabajo, porque me interesa vender mi trabajo. Mostrar el diseño como si fuera una obra de arte es algo que le gusta hacer a muchos diseñadores, a mí no me parece que sea lo correcto, entonces, si uno quiere hacer una exposición individual, tiene como otro significado. Hacer exposiciones colectivas es un tema que se tiene que encargar el Estado. Acá en Uruguay son muy pocos los que pueden decir "vamos a ver la obra de fulano", pero tiene que haber un interés

cultural o valor superior, porque sino el Estado va a elegir a uno y no al otro y creo que muy pocos lo tienen.

¿Cuál crees que es el motivo más recurrente al exponer?

Mostrar parte de la cultura, promover diferentes vertientes de esta, cuando expone uno, si no lo hace con un fin comercial.

Daniel Urruzmendi

¿Consideras que son pocas las exposiciones al año en Montevideo?

Sí.

¿A qué se debe?

Falta de apoyo económico.

¿Cuál crees que es el motivo más recurrente al exponer?

Construir una sociedad sensible a su ambiente.

¿Es mejor el medio web o el físico? Beneficios de cada uno

Los dos son importantes, pero la impresión y distribución electrónica de la información será el medio del futuro.

Fernando Álvarez Cozzi

¿Consideras que son pocas las exposiciones al año en Montevideo?

Pienso que sí, lo que pasa que no es barato hacer una muestra de diseño gráfico. Yo hice una y uno ponía los originales pero ahora tenés otras posibilidades. La parte gráfica para hacer infografías a tamaño grande, gigantografías, es barata relativamente porque es una exposición. Rodolfo Fuentes hizo “Del plomo al pixel” que fue a recorrer todo el interior, incluye una parte de diseño gráfico pero muy poco, 4 o 5 ejemplos, pero nunca se hizo una histórica, historia del diseño gráfico uruguayo, falta libro, falta muestra, falta todo. “Del plomo al pixel” no llegaba a el presupuesto, eso fue una de las cosas que Rodolfo le dijo al director “yo la hago pero usted forme el equipo, consiga el dinero”. No es tan fácil porque hay que hacer un trabajo de investigación. Hay gente que colecciona afiches y catálogos, pero después hay que acceder a ellas.

¿A qué se debe?

Tal vez no sé si hay que hacer una muestra, tal vez hay que tener una página. Si el trabajo fue hecho, si se imprimió.

Gabriela Pallares

¿Consideras que son pocas las exposiciones al año en Montevideo?

Mínimas.

¿Cuál crees que es el motivo más recurrente al exponer?

Si la exposición es colectiva, generar el estándar o difundirlo de calidad del diseño nacional, establecer comparaciones. Por ejemplo, en concursos con todas las propuestas, es una forma de difundir todos los estilos de trabajos. Si yo, por ejemplo, soy un empresario que precisa un servicio, puedo ver los estilos de cada uno frente a un mismo desafío y elegir uno. En general, generar y difundir la cultura del diseño gráfico en la población consumidora.

¿Es mejor el medio web o el físico?

Son complementarios y ambos necesarios, dirigidos a distintos usuarios, funciones, oportunidades.

Gustavo Wojciechowski

¿Consideras que son pocas las exposiciones al año en Montevideo?

No son tan pocas. Viendo la población, en lo que va del año van 3 o 4, en un área de la cultura que no es específicamente una actividad que se caracteriza por exponer, generamos obras que no son para ser expuestas sino para que viva en su ámbito. Esta el evento que hizo Rodolfo, "Del plomo al pixel" y la exposición de "Uruguay Diseña" en el Museo Zorrilla. Yo hice una exposición de Carlos Tévez en la Fundación Unión, otra en el Centro cultural de España otra exposición de diseño. Y estamos en el cuarto mes, o sea no me parece poco, el problema es qué discusión tiene cada una de esas cosas, qué repercusión tiene. La realización de exposiciones en otros países no es mucho mayor a la que hay acá. Los problemas de si haces una exposición y van diez personas, pasan en Argentina, en Paraguay, en Bolivia, en Perú, en México y en Venezuela.

¿Por qué casi no se ven muestras de forma independiente?

Hubo alguna exposición en forma de homenaje, hubo una en el museo de Antonio Pezzino, hubo la de la imprenta AS, que es un grupo, la de Carlos Palleiro, pero sí, normalmente no hay. Lo que pasa es que no es el ámbito natural del diseño la exposición. Pensemos en la densidad de población, somos muy pocos. Se está mostrando casi como una obra de arte, se está dando un carácter distinto, se lo está descontextualizando, no se da mucha información, te tenés que imaginar las cosas.

¿Cuál crees que es el motivo más recurrente al exponer?

Un poco de todo, hace visible una actividad para el cliente. También sirve para tener una visión global de lo que hiciste. Y después es difusión, hacerte visible.

¿Es mejor el medio web o el físico?

Me parece bárbaro el medio web. Yo no soy mucho de los blogs y los sitios porque técnicamente no los sé hacer, no es un área en la cual yo trabaje.

En el tiempo que llevás como diseñador ¿cambio el tipo de público, cambio el interés de los espectadores?

Sigue siendo más o menos lo mismo, lo que hay ahora es un estudiantado que a veces se puede llegar a interesar porque de repente un docente se pone las pilas y lleva a sus alumnos a una exposición, hay mucho más público por esa razón.

José Prieto

¿Consideras que son pocas las exposiciones al año en Montevideo?

Sí sin lugar a dudas, debería de haber espacios más permanentes y no solo el resultado de concursos o fines de cursos. Cuando armamos "30 + 12" fue un éxito de público, porque la gente veía a diseñadores uruguayos junto a grandes nombres de otras partes del mundo. Con toda seguridad el 99% de la gente no sabrían quiénes eran o éramos, pero se veía a profesionales uruguayos junto a otros del resto del mundo y lo más importante, con gran nivel.

¿A qué se debe entonces?

No se han ganado espacios, como lo ha hecho la fotografía, requiere del trabajo humilde de muchos colegas que tengan la sensibilidad de dar lugar a otros que son mejores que uno. Pero es parte del todo el problema de cómo se nos visualiza en la sociedad, lo cual es responsabilidad nuestra. Si nosotros no nos ponemos en valor otros no lo van hacer.

¿Por qué casi no se ven muestras de forma independiente?

Sin duda por los costos. Es muy caro poder montar una exposición de diseño, no solo es el montaje, también está la promoción, catálogo, que, en este caso, no puede ser cualquier cosa, etc.

¿Cuál crees que es el motivo más recurrente al exponer?

Creo que hay varios motivos, los diseñadores queremos ser reconocidos, pero amamos lo que hacemos y siempre ayuda a conseguir clientes el estar en el "ruido".

¿Es mejor el medio web o el físico?

Creo que no son comparables, ambos son buenos y malos. Estamos en un momento de transición cultural, tecnológica y económica. Creo que lo importante es que los diseñadores entendamos que ambas formas y quizás otras que puedan surgir, son formas de comunicación que debemos aprender a usar. El diseño no es un fin en sí mismo como una pintura o una escultura, es conocimiento, creación y tecnologías para comunicarnos. Si mañana un afiche termina en un museo es porque tenía un valor agregado, pero no porque fuera su objetivo. De hecho puede ser muy bueno estéticamente y muy malo comunicacionalmente, con lo cual, sería un mal diseño.

¿Has participado en alguna exposición de diseño gráfico?

Sí, varias en Uruguay, también en Argentina en el espacio de Diseño de la Recoleta con una muestra del Diseño de Iberoamérica. En Porto Alegre, Brasil. En el Centro Georges Pompidou de París, en lo que fue durante un tiempo una exposición de diseño latinoamericano, ahora creo que es parte del acervo del museo gráfico pero no está en exhibición.

Has participado en exposiciones en períodos de tiempo variados ¿Has notado cambios en el tipo de público, cambio el interés de la sociedad para con el diseño, etc.?

Sí, fue cambiando, y por eso se hacen las exposiciones, para sensibilizar a la gente y que supieran que existían unas personas que eran diseñadores gráficos. Creo que se logró hoy ya no te dicen que sos un dibujante. En cuanto al público creo que se ha ampliado, en los 80 iba gente vinculada a las artes gráficas o plástica, algún fotógrafo y algún arquitecto. Era algo desconocido y muy variado no teníamos un tema. Cada uno ponía lo que más lo representaba, entonces había envases, afiches, editorial, logos, etc. En los 90 había todo tipo de público, también la temática era diferente mucho más "popular", temas de moda en el momento. En esos tiempos, precisamente en Marzo de 1992 lanzamos con ORT el primer Laboratorio de Diseño Gráfico, esto fue el inicio de lo que hoy es la licenciatura. Yo arme los planes de estudio y junto a una par de colegas dimos los cursos a los "futuros docentes". En ese momento no existía ninguna carrera o curso del diseño o de aplicaciones informáticas, previo habíamos dado algunos talleres en el Club de Grabado.

Marcos Larghero

¿Consideras que son pocas las exposiciones al año en Montevideo?

No sé si son pocas, pasan desapercibidas, porque los críticos de arte si no ven cercanía a este, no le dan importancia. Además hay que tener en cuenta que la exposición es diferente a la muestra, siendo la primera mejor, tiene un valor destacable. De todas formas se le da mayor importancia a las exposiciones extrajerar.

¿Por qué casi no se ven muestras de forma independiente?

Consecuencia de trabajos propios, lleva tiempo.

¿Cuál crees que es el motivo más recurrente al exponer?

En mi caso mostrar e incentivar.

¿Es mejor el medio web o el físico? ¿Cuáles son los beneficios de cada uno?

La web es ilimitada como medio. El alcance y la difusión son inimaginables, en un blog vos podés compartir, pero desperdiciás el tamaño. En el medio físico se puede presentar, contemplar y ver.

Has participado en exposiciones en períodos de tiempo variados ¿Has notado cambios en el tipo de público, cambio el interés de la sociedad para con el diseño, etc.?

Concurren los diseñadores amigos, hoy también los estudiantes. Capaz que a la inauguración las amistades o los parentescos. No sé si el diseño gráfico amerita exposición. Hubo algunas exposiciones históricas, de editorial, revistas y del Quijote.

Nelson Ardemagni

¿Consideras que son pocas las exposiciones al año en Montevideo?

Una cosa es el diseño gráfico comercial y otra el diseño gráfico o simplemente el diseño, considerando eso no hay exposiciones de diseño gráfico comercial. Llegué a participar en alguna de EEUU enviando piezas desde acá, pero acá no conozco exposiciones de diseño gráfico. Estaría bueno una exposición de diseño gráfico en el Laboratorio Tecnológico del Uruguay (LATU) por ejemplo, donde yo con la autorización de mis clientes pudiera exponer mis trabajos y darme a conocer aún más. Igualmente la convocatoria de público considero sería un capítulo aparte, pero como no hay antecedentes no es posible evaluarlo.

¿Es mejor el medio web o el físico? ¿Cuáles son los beneficios de cada uno?

Los medios son eficaces tanto web como físicos, en mi caso el medio físico (folleto) me dio mucho mejor resultado que la página web que no pasaba de unas 10 visitas por mes y fue cerrada. El mostrar material impreso de calidad es importante y el posible cliente valora el contacto cara a cara. Yo dejaría la web para productos de consumo por el momento.

Rodolfo Fuentes

¿Consideras que son pocas las exposiciones al año en Montevideo?

No sé si son pocas, no sé si sirven para algo. Creo que sí tendría que haber un instituto o institución donde se empezara a sistematizar la historia del diseño y sus elementos y ahí sí podría haber exposiciones temáticas bien realizadas que aportaran conocimientos. Esta bueno hacer exposiciones, eso no conduce a una jerarquización de la exposición, es una exposición más. Ayuí (sello discográfico) inauguró una exposición de tapas de discos en el Solís sin poner los nombres de los autores. Lo mismo hizo el CCE con la exposición sobre el rock donde alteraron totalmente la esencia gráfica de lo que estaban mostrando y encima no pusieron el nombre de los autores, entonces ¿cuál es el sentido? ¿Mostrar figuritas?

Yo tengo guardada en un cajón gran parte de una exposición que fue en el Museo de las Migraciones sobre la revolución mexicana, denominada "110 afiches". Tengo varias exposiciones guardadas, eso es otro de los problemas, tengo un montón de material que es único en el país y no sé qué hacer con ellas porque no hay donde mostrarla, si me muero ira para la basura, es realmente complicado.

¿Por qué casi no se ven muestras de forma independiente?

Ha habido pocas, recuerdo que hubo una exposición de Diego Tocco y no sé si alguna individual más de diseño. Los costos, ¿quién banca? Yo hice la curaduría de la exposición de Antonio Pezzino en el museo nacional de artes visuales y eso se hizo por insistencia de la familia Pezzino porque tenían el material muy completo y pude

elegir tranquilamente, estaba todo encuadrado y conservado. Eso se hizo en el 2010, desde entonces estoy peleando para seguir haciendo muestras de diseñadores de esa edad más o menos, pero no he tenido respuesta. Fue la primera vez que hice una exposición de un diseñador en el Museo, bastante extraño, pero no hay ningún respaldo institucional que se encargue de eso y pueda hacerlo. En exposiciones individuales, alguna cosa de Manuel Espínola Gómez, la exposición de afiches de marca en la Fundación Unión, después nada más, es todo colectivo. Es un esfuerzo económico brutal, no hay nada armado institucionalmente como para decir, “vamos a hacer tres exposiciones por año”. Se hacen exposiciones de tipografía como Tipos Latinos y alguna cosa que surja de impulso de alguien que se la juega. Personalmente en cualquiera de las dos temáticas que trabajo, si alguien no viene a resolver el tema yo no lo voy a hacer, porque no puedo bancarlo económicamente.

¿Cuál crees que es el motivo más recurrente al exponer?

Hay que gente que hace la exposición porque comercialmente le sirve aparecer en la prensa, salir en los diarios o televisión, eso es una cuestión de ego, comercial. Yo el otro año hice una muestra de fotografía y hacía 20 años que no exponía, lo hice porque estaba desapareciendo como fotógrafo, mucha gente no sabía que era fotógrafo con 40 años de profesión, fue una forma de aparecer inclusive comercialmente y dio sus frutos.

En el 2000 estuviste en “Posters” contra la censura del e-mail en Zimbabwe
¿Qué diferencias percibís entre el medio web y el físico?

Participé en varias exposiciones virtuales o semi virtuales, la primera fue una exposición que convoco la universidad de Venezuela por el tema de la capa de ozono, que esa se hizo por fax, se mandaba el afiche por fax. La de Zimbabwe fue convocada por un diseñador de Zimbabwe que fue preso político. El tema que había, era que el gobierno dictatorial iba a cortar el mail, entonces se convocó para hacer un afiche sobre eso y se difundió por la web pero nunca se llegó a imprimir. Después participe en otra virtual cuando murió Fukuda, esa nunca la vi pero estuvo en Bolivia y México en versión impresa. También hice un proyecto para Haití, otro para una escuela de diseño en México, y también, se imprime uno allá donde hicieron la muestra y a nosotros nos mandaron postales.

Has hecho exposiciones desde el 92 hasta la actualidad ¿en este tiempo cambio el tipo de público, cambio el interés?

Depende de si la exposición es buena, está bien armada, tiene calidad, lleva gente y eso es común a todas las épocas. La muestra “30+12” estaba muy bien montada y fueron miles de personas. En la muestra “Del plomo al pixel” en Salto hubo casi 3.000 personas. Es una cuestión de intereses, la muestra de Pezzino también llevo mucha gente, me acuerdo que se hizo una visita guiada con 50 personas, que es mucho para un tema lateral. La muestra sobre la revolución mexicana en el Museo de las Migraciones llevo mucha gente también porque era muy grande, muy interesante por la variedad de eventos y porque era un lugar de bastante circulación de gente, eso también influye, depende de donde la hagas. La Fundación Unión es el mejor lugar en Montevideo que hay para exponer hoy en día por la calidad de la sala, pero sábado y domingo está cerrado, eso incide, una exposición en el CCE lleva mucha gente porque hay mucha que es adepto a ir ahí.

Has sido curador de muestras como la de Antonio Pezzino en el MNAV y de “Del Plomo al pixel”. ¿Qué responsabilidad o que conlleva este trabajo?

En primer lugar es un tema de acotar que es lo que vas a mostrar, elección dentro de la oferta de material que tenés, en función de algún parámetro que te permita ordenar eso que vas a mostrar y obviamente al espacio y los recursos que dispones. Luego, establecer la temática y ver cuáles son los elementos más significativos de la misma. Es bastante diferente lo que es una curaduría de diseño a lo que es una de arte, que tiene otro parámetros, porque el diseño cuando llega al museo es porque los elementos que vas a mostrar ya perdieron su razón de ser como elemento de diseño. Yo defiendo todo el tiempo que el diseño no es arte, sino un elemento de comunicación que se elabora con determinado objetivo, fin y una vez que cumple o no cumple ese fin ya puede llegar a desaparecer porque no tiene razón de ser, salvo que haya otros valores que lo hagan rescatable aparte de su función. Entonces la curaduría de diseño tiene en cuenta lo acertado que estuvo diseñar eso, o lo trascendente que ha sido eso en el correr del tiempo, la pertinencia de mostrar la pieza.

7.2. Relevé fotográfico

IENBA



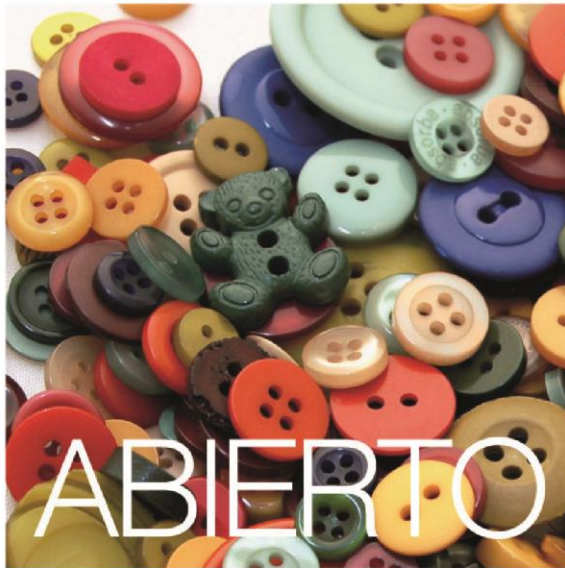
Bellas Artes en el Parque Rivera. 2012



Bellas Artes de Muestra. 2011-2013



Homenaje al "Tola" Invernizzi. 2013



Abierto: Muestra múltiple de Carreras de Facultad de Arquitectura (UdelaR). 2011



Zona Poema. 2011-2014



Diseño de Comunicación Visual para la Salud, Sistemas Señaléticos para el Instituto de Higiene. 2015



Kioskos, ejercicio de reflexión sobre la prensa escrita y su diálogo con el entorno. 2013



LDCV/ EXTENSA procesos de enseñanza-aprendizaje para la acción desde la educación pública. 2014



Consumo responsable, otro mundo es posible. 2014

VIVÍ DISEÑO

50 EMPRESAS
68 PROYECTOS
68 EXPERIENCIAS

recreación **13**

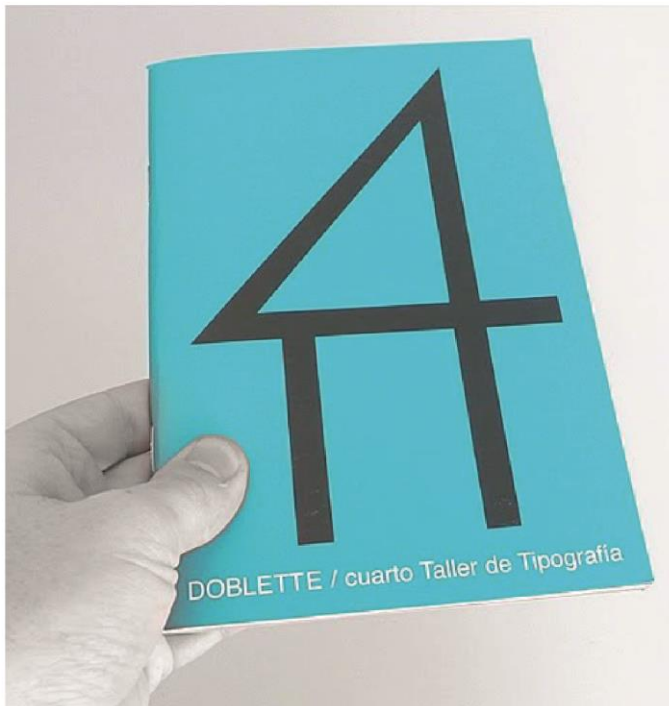
Experiencias reales de diseño en Uruguay

ORT
UNIVERSIDAD ORT
URUGUAY

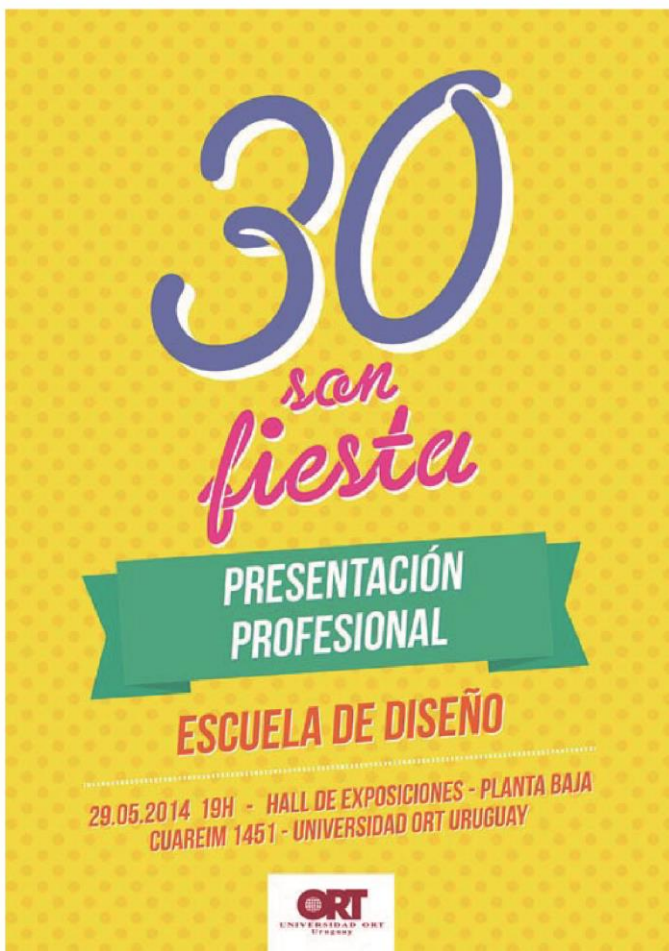
Facultad de Comunicación y Diseño



Recreación. 2009-2014



Doblette. 2005-2013



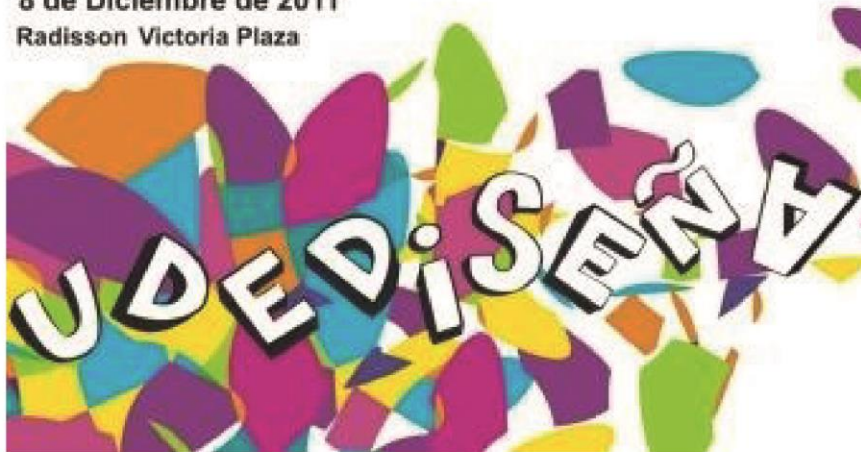
Presentación Profesional de graduados de Diseño Gráfico, Industrial, Modas y Multimedia.

UDE



Creativa. Primera muestra de Diseño Empresarial. 2014

8 de Diciembre de 2011
Radisson Victoria Plaza



UDEDisEña.
2008-2013



7.3. Tutora

Matilde Rosello

matilde.rosello@gmail.com

094091340

Estudios en Arquitectura; Diseño de Interiores; Especializada en Comunicación Visual, Diseño de Marcas e Identidad Corporativa; Editora; actualmente Maestrando en Educación Universitaria. Especializada en Educación a Distancia, Coordinación y Tutorías On Line (OEA).

Docente encargada (G°3) de los cursos de los Talleres de Diseño de Comunicación Visual (1er. y 2do. año) e integrante de la Comisión de Carrera de la Licenciatura en Diseño de Comunicación Visual; Docente G°3 de Medios y Técnicas de Expresión. Miembro del Claustro de la Facultad (asesoramiento académico, como representante de los docentes). **Facultad de Arquitectura/UDELAR.**

Docente G°3 de Comunicación Visual y del Taller Multimedia (Licenciatura en Comunicación Social y Licenciatura en Ingeniería Audiovisual). Tutora de Memorias de Grado. Integrante del equipo de investigación de la Facultad de Comunicación Social. **Universidad Católica del Uruguay.**

Directora de Arte, Editora y Consultora en Diseño e Identidad Corporativa a nivel Nacional e Internacional (España, Barcelona/Valencia) en diferentes agencias de publicidad, consultoras, organismos estatales y particulares (IDOM, Ministerio de Vivienda y Medio Ambiente, Conrad Punta del Este Resort y Casino, Mansa 16 Emprendimientos Inmobiliarios, entre otros).

7.4. Encuentros con la tutora

En setiembre de 2015 se corrigió el primer planeamiento de tesis, allí se indagó en especificar aspectos tales como los objetivos y demás generalidades.

Un mes más tarde, no encontramos nuevamente para una segunda devolución. En esta, la tutora nos habla directamente sobre su experiencia en Zona Poema, nos recomienda entrevistar a algunos docentes y nos aconseja indagar más en la letra de los ejercicios que terminan en exposiciones. Se percata de la falta de un análisis y conclusión. Se trata también la inquietud de no encontrar exposiciones de los primeros años de las carreras, a lo cual aporta que en estos años no se es tan común esta práctica ya que importa más el proceso que el producto final.

Meses más tarde y con el trabajo mucho más avanzado, se corrigen aspectos para dejar en claro algunos conceptos como el tipo de museo al que nos referimos en toda la tesis. Se sugiere diferenciar y definir los criterios de las exposiciones de trabajos académicos y las exposiciones de museos, dado que como espacio no forma para la educación. Se resuelve no asociar a las exposiciones académicas con la práctica museística, pues implican diferentes objetivos y además diferentes criterios para exponer. Por último se propone ordenar las conclusiones en relación a: 1. Responder a los objetivos de la tesis, 2. Responder a la hipótesis, 3. A qué se llegó a partir de la investigación, 4. Reflexión personal.