

LA ENSEÑANZA DEL DISEÑO A TRAVES DE LA PRACTICA PROFESIONAL

Hugo Alonso Plazas

Diseñador Gráfico, Universidad Nacional de Colombia, Docente,
Universidad del Cauca

Este texto trata de descubrir las relaciones que existen en la enseñanza del diseño gráfico a nivel nacional y su practica a nivel profesional. Estas relaciones están atravesadas por lo ideológico, lo económico, lo político, lo histórico y otra variedad de condiciones que hacen que los puntos de contacto y los desencuentros sean poco visibles para la vida cotidiana de la academia y el automatismo de la industria. La propuesta aquí contenida se fundamenta en la filosofía del proyecto como camino de doble carril que permite la confluencia de intereses entorno a la sociedad, que en ultimas es el destinatario de los esfuerzos de cualquier acción de diseño.

INTRODUCCIÓN

No es difícil encontrar en profesionales del diseño gráfico posturas criticas frente a la institución académica que los formo, reclamando una falta de preparación en algunos ámbitos en los que no tienen las competencias necesarias para desempeñarse. Tal vez, la frase “me estrello con la realidad”, sea una de las más conocidas en el medio por su carácter dramático y sentimental, pero a la vez, es una de las más esclarecedoras de la formación de los diseñadores en nuestro contexto. Lo primero que revela la frase es una fuerte distinción entre la actividad académica y la actividad profesional. Por otra parte, demuestra una falta de adaptabilidad a diferentes medios y contextos en que el diseño se desarrolla, y por último, demuestra cierta desilusión frente a lo que será su desempeño en el futuro inmediato.

Este desajuste no sólo tiene su origen en un problema de la estructura curricular, o la formación docente; sino en la manera como se originan las necesidades de diseño en el medio productivo del país. Si se lleva a cabo una revisión concienzuda de la historia del diseño gráfico en Colombia vemos que su origen depende en buena medida a las necesidades de operar maquinaria industrial de sistemas de reproducción de la imagen como la imprenta, la televisión, los medios digitales, etc. De esta forma aparecieron metodologías de aplicación de la forma (la imagen) a las necesidades comunicativas en la transición de un país agrícola a uno moderno. En este contexto se abren programas académicos de formación profesional capaces de responder al manejo de los procesos productivos con responsabilidad comercial y parcialmente social.

La practica educativa del diseño en el país ha sido bastante inquieta por cuanto los replanteamiento curriculares de los programas académicos son constantes, debido, principalmente, ha reflexiones acerca del quehacer y la ética profesional. Considero que esto demuestra una etapa madura de autoreconocimiento y adaptación a las influencias ideológicas y las transformaciones tecnológicas. Sin embargo, esa misma actitud inquieta no se ha visto en el ámbito productivo concentrándose la oferta de diseño en las empresas editoriales y agencias de publicidad.

Para adentrarnos un poco más en el tema haremos una revisión alrededor de la enseñanza del diseño gráfico y de la práctica profesional por separado para tratar de encontrar puntos de inflexión, identidad y ruptura que desembocan en el llamado “estrellon con la realidad”.

ENSEÑANZA DEL DISEÑO

Es necesario reconocer que la enseñanza del diseño también es un empresa inscrita en el plano social con características y peculiaridades distintas a las de los ámbitos comerciales, políticos, culturales e intersectoriales. Su función se concentra en los paradigmas del rendimiento que da el conocimiento en su proceso de aprendizaje y producción (investigación). En tal sentido, reconocemos que contiene aspectos ideológicos de la enseñanza de la disciplina implícitos en su práctica.

Este aspecto ideológico repercute de manera fuerte en la formación del diseñador por cuanto en ésta se encuentra inscrita la idea de lo que el futuro profesional considera que será su actividad en la vida profesional. Creo importante mencionar cuales son esas ideologías que han permeado la enseñanza del diseño gráfico en el último siglo y que aun hoy repercuten en su forma de pensar y actuar.

Tal vez, la primera de ella y la más conocida y paradigmática, en nuestro medio, sea la propuesta pedagógico – disciplinar de la escuela Bauhaus, fundada en 1919 en la República de Weimar. Su aporte disciplinar más importante fue la consolidación del trabajo de la forma en el moderno ambiente industrial, el cual requería de manera urgente adaptar al público a una estética del producto seriado, recogiendo del tradicional artesano metodologías del trabajo material y proyectándolas a los procesos de la máquina. La forma de asumir la modernidad obligo a la adopción de un nuevo lenguaje o vocabulario de elementos formales primarios como las formas geométricas o los colores primarios. La Bauhaus a través de su reconocida planta de profesores promovió una nueva estética de la función productiva que influyo en la arquitectura y diseño de la primera mitad del siglo XX. Además de esto, es necesario abonar en el ámbito pedagógico la incorporación de un método inductivo, centrado en la práctica del taller de materiales en la cual se da forma a la materia. Por último, se reconoce que la Bauhaus fue, de las escuelas de artes y oficios que proliferaron por Europa a finales del SXIX y principios del SXX, la escuela que alcanzo una mayor profundidad en la perfilación del quehacer del oficio, como se le llama comúnmente a la práctica del diseño.

Otra de las escuelas paradigmáticas del siglo XX fue la HfG en Ulm, Alemania, fundada en 1955. El carácter ideológico se concentra en la adopción de la función y la funcionalidad como meta máxima de todo proceso de diseño comunicativo u objetual. La forma queda supeditada a imperativos de efectividad dentro de los procesos industriales y tecnológicos, cabe resaltar que era la etapa de inicio de la revolución tecnológica que vivimos en la actualidad. Por lo tanto, la competencia tecnológica se convierte en elemento clave en la didáctica del proyecto y por ello la pedagogía del diseño se

traslada del taller a la adquisición de conocimientos empresariales, tecnológicos y políticos que fortalecen la visión del diseñador en torno a procesos de interacción entre la empresa y los usuarios de los productos.

Algunas corrientes modernas del diseño que tienen sus raíces en la Escuela de Ulm hacen énfasis sobre la mercadotecnia como recurso que determina el diseño. En tal sentido, la mirada no se posa en la industria sino en el consumo como paradigma de diseño, a la vez que el determinante de producción no es la factibilidad industrial sino la viabilidad comercial.

En el ámbito norteamericano aparece una institución insignia del diseño moderno: El Institute of Design en Chicago, fundado por Molholly Naggy en su migración hacia Estados Unidos por causas de la guerra. La filosofía que mantiene se basa en el proceso de diseño como confluencia del arte y la ciencia. La percepción y la interacción cognitiva de imágenes y objetos son los principios de diseño. Tal vez, es la primera escuela en plantear el problema de diseño como complejidad en la cual interactúan el arte desde lo empírico y especulativo; las ciencias sociales con el estudio de los contextos y los factores de incidencia; y la tecnología, desde una visión ética como transformación de la realidad. Su aporte más difícil de asumir en el mundo productivo ha sido considerar el diseño como actitud.

También cabe mencionar las escuelas Suizas de Zurich y Basilea en las cuales se concentró lo que por muchos años se llamó el diseño suizo. La fortaleza contenida en estas escuelas eran sus cursos de diseño básico fundamentados en la experiencia personal como camino de conocimiento. En esta búsqueda personal se da prioridad a lo sensitivo – emotivo en contra de las facultades intelectivas y entendiendo a la representación como una actitud de representación subjetiva. De la misma forma, su producción académica literaria, una de las más reconocida en el mundo de habla hispana, se concentra en la categorización y raciocinio de distintos aspectos del diseño.

Por último, quisiera proponer como escuela ideológica del diseño, no tanto en el amparo de una institución académica sino desde la adopción en la práctica de muchos profesionales, el Styling. Esta filosofía de la adopción de imperativos económicos dentro de la formulación del diseño, convirtiendo a éste más en apariencia que en esencia, tuvo como uno de sus mayores representantes a Raymond Loewy, diseñador francés que desarrolló la mayor parte de su obra en los Estados Unidos. El styling se fundamenta en el reconocimiento de rasgos culturales de transformación social que son susceptibles de representación y que cotidianamente llamamos tendencias. En las escuelas de diseño el tratamiento del styling siempre ha sido conflictivo por su falta de fundamentación conceptual obligándolo a la exclusión en análisis de índole cultural entendiéndola como manifestación. Del styling podemos añadir que es la versión más corriente acerca del

diseño en los ámbitos de no diseñadores, especialmente los productivos donde el diseño se entiende como valor agregado.

Después de este forzado resumen encontramos que muchas de las ideas que manejamos en las escuelas de diseño gráfico del país están influenciadas por mas de una de las posturas aquí descritas. El desempeño como diseñadores no se caracteriza por lo lineal o lo predecible en el mundo laboral, por lo que la adopción de estas ideologías de manera diversa genera acumulaciones y vacíos de conocimiento que resultan en una variopinta generación de diseñadores con posturas distintas ante lo económico, lo ideológico, lo cultural y lo ético.

Se puede afirmar que mas que debilidad esta es una fortaleza, si concebimos el diseño gráfico desde la multiplicidad, pero considero que este rasgo de nuestra disciplina conlleva un defecto original: un tipo de visión acrítica frente a fenómenos culturales acaecidos en épocas y contextos distintos al nuestro¹. Por supuesto, parte de nuestra identidad nacional se centra en lo mestizo o mezcla de raíces, pero todo proceso creativo requiere de actualización e historia para forjar autoreconocimiento o identidad. Por lo tanto, estamos situados en la coyuntura del reconocimiento. La superación de esta coyuntura se puede afrontar de muchas formas pero todas tendrán en común que el diseño se hace para usuarios más no para clientes. La valoración de usuario no se hace estrictamente desde el uso del producto de diseño, así como lo sostenía la escuela de Ulm, sino desde los factores que inciden en el proceso de recepción del producto como: los factores culturales, ideológicos, de consumo, estéticos, políticos, etc. que en ultimas son los que afectan al publico al cual nos dirigimos.

La identidad parte de la conciencia critica de lo que somos, lo que recibimos como historia, tradición y las influencias a las que estamos sometidos

Parte de las problemáticas presentes en esta tradición hegemónica de los discursos ideológicos del diseño, surgen de las practicas académicas de enseñanza y aprendizaje que como regla general conciben la relación estudiante – profesor a través del desarrollo de ejercicios simulados de producción en escenarios preestablecidos curricularmente. Estos escenarios corresponden a industrias de medios o procesos productivos de índole empresarial que no se fundamentan en la búsqueda de las particularidades del contexto y el usuario, sino en el adiestramiento de procesos metodológicos.

Pero como nos lo plantea Oriol Pibernat²: “El papel social y cultural de la enseñanza es más rico que la simple formación de profesionales para el mercado laboral. En primer lugar, porque es muy difícil que se

¹ Nos dice Peter Bilak: “Los diseñadores en vez de buscar una solución para el mundo real crean sus mundos imaginarios alejados de la realidad. En el fondo esta conducta nos recuerda más a Disneylandia que al mundo real”. en “FALTA DE DISEÑO, EXCESO DE DISEÑO Y VOLVER A DISEÑAR: De imágenes bonitas y malos diseños” Conferencia pronunciada en la XVIII Bienal de Diseño Gráfico en Brno en 1998.

² Pibernat, Oriol;”UNIVERSIDAD, TALLER Y JARDÍN LA ENSEÑANZA Y LA PEDAGOGÍA DEL DISEÑO EN EINA” en www.eina.edu, Barcelona, España.

imponga una relación de correspondencia total entre demandas del entorno económico y cultural y la oferta pedagógica, tal como lo reclama en la actualidad la racionalidad liberal. Una distancia conciente respecto de los mecanismos de funcionamiento y de los objetivos socialmente aceptados es legítimo y necesario para la formación del individuo.”

Esta distancia conciente debe ser instaurada en los procesos de enseñanza – aprendizaje propios del diseño permitiendo no sólo la mirada crítica a los procesos de producción sino la participación activa y propositiva que supere a los medios para encontrar a los usuarios.

De la enseñanza y el aprendizaje

Todo ejercicio académico contiene dos actores de igual importancia: el estudiante y el profesor. El contacto entre estos dos mundos está mediado por el conocimiento, el cual se considera como el acuerdo entre los actores para dialogar, como un tipo de vocabulario. Entendido de esta forma, el conocimiento adquiere dimensiones de diálogo, intercambio y debate en un proceso de crecimiento continuo y cotidiano en el cual la confrontación teórico – práctica se impone como principio de construcción y visión de la realidad.

En ese sentido, lo enseñable en diseño se acerca más a la experimentación de las ideas que a la de las formas, ya que sobre las formas prevalece el sustrato ideológico de identidades descontextualizadas, así como mencionaba anteriormente. Por el contrario las ideas son dependientes exclusivamente de sí mismas y su historia. En este aspecto reconocemos que el diseño no es una forma sino un razonamiento manifiesto a través de la filosofía del proyecto³.

Lo que se espera de una práctica educativa de diseño sería la experiencia del descubrimiento del usuario en el proyecto gráfico, desde una mirada crítica de la complejidad de la sociedad. Este tipo de pedagogía, que podríamos llamar de encuentro, propone la búsqueda del conocimiento a través del ejercicio cotidiano del diseño. Para llegar a él se debe hacer énfasis en la fórmula dialéctica experiencia – reflexión. El profesor se convierte en un acompañante de los procesos del estudiante otorgando estímulos que no son otra cosa que preguntas bien sembradas, críticas, consejos y cuestionamiento de soluciones acerca de la experiencia proyectual.

Como acto pedagógico y comunicativo tiene sentido esta posición frente a otras posturas como las de control del fenómeno desde una red conceptual, que impone un filtro en el contacto de la realidad, ó

³ Nos dice Francisco Calles Trejo: “Durante mucho tiempo se ha considerado al diseño gráfico como un fin en sí mismo, resultado de un dominio formal e instrumental; y se olvida que, en tanto vehículo signico, es un medio que alude a otra cosa, ya sea por analogía o convencionalismo. Es decir, que la importancia del diseño radica en su facultad de referencialidad y no en sus cualidades formales. El diseño gráfico se encuentra inmerso en la producción de sentido, por lo tanto es una práctica significativa, un acción referencial de síntesis extrema de los discursos comunicativos” . En ese sentido entiende al diseño gráfico como la programación estratégica de la comunicación. en “ENSEÑANZA DE LA TIP(O)GRAFÍA: anécdotas, comentarios y reflexiones”; en Revista Encuadre, Asociación mexicana de Escuelas de Diseño gráfico.

como caso contrario, la indiferencia cotidiana expresada en el automatismo de la practica diseñística.

El docente adquiere el compromiso de transmitir una conciencia critica, en este caso autocrítica, al estudiante con el fin de que sea él mismo el que descubra su función y responsabilidad dentro del entramado social. Además, tiene la responsabilidad de presentar e introducir al estudiante en la comunidad de diseñadores, porque sólo la lectura y la relación constante con la comunidad que diseña y critica, le permitirá ser contemporáneo, actual y acceder al lenguaje condicionado por la historia.

Hasta aquí he planteado una suerte de estados e ideales en el ámbito de lo educativo, pero en un intento de esclarecer lo que podía ser la experiencia profesional en la academia creo necesario hacer un paneo sobre la “realidad” de los diseñadores gráficos.

“REALIDAD” LA PRACTICA PROFESIONAL

En primer lugar revisaremos el panorama de los campos de acción propios del diseñador gráfico en el contexto nacional. Para esto veremos las características de las instituciones con las cuales trabaja desde el plano diseñador - cliente, entendiendo a estos como los consumidores de los servicios de diseño.

Primero encontramos el trabajo asalariado en instituciones de medios de comunicación o agencias prestadoras de servicios de diseño o agencias de publicidad con una capacidad económica grande o mediana. El trabajo esta supeditado a unos modos y modelos predefinidos y estructurados según la función económica que cumplen, el rendimiento económico es su principal objetivo y su contacto con la realidad esta tamizado por la visión del cliente. Mantienen una condición de oferta.

En segundo lugar encontramos a diseñadores free lance y pequeñas oficinas de diseño. Su trabajo se define según el cliente con el cual trabaja, los proyectos, en su mayoría, son de corto alcance; se permite un panorama más amplio del proceso comunicativo en cuanto es viable la verificación de las condiciones de los usuarios y el trabajo es variado y exige adaptabilidad por parte del diseñador. Esta supeditada a la demanda.

Tercero. Trabajo en instituciones publicas de control social y organizaciones civiles y/o culturales cumpliendo con metas principalmente ideológicas. La relación que mantienen con los usuarios de la comunicación es directa y verificable, El proyecto de diseño se adapta a las necesidades comunicativas de la institución compartiendo con los demás funcionarios visiones y propuestas de desarrollo. Los proyectos son repetitivos y se caracterizan por el mantenimiento de la imagen de la institución en todos sus procesos comunicativos.

Cuarto. Contratos remunerados o donaciones en el comercio informal, ong’s y organizaciones del sector intersectorial. Se caracterizan por cumplir con una parte del un proceso

comunicativo más complejo lo que conlleva falta de manejo de la totalidad del proyecto. Entendida como encargo puntual se cumple con condiciones bien definidas de los resultados así como también depende de la demanda generalmente irregular.

Quinto. La docencia de las artes y el diseño en instituciones de educación formal y no formal. Esta practica es muy distinta de las anteriormente mencionadas, sin embargo es la que mayor profundidad hace en el aspecto comunicativo en la medida que el desarrollo de programas pedagógicos requiere de la comprensión global de los distintos procesos de la profesión y pone a prueba al diseñador frente a una particularidad del diseño: la educación visual, de la cual hablaremos más adelante. Sobra decir que en el contexto nacional es la que permite la investigación autónoma y critica dejando de lado compromisos de índole comercial.

Esta revisión deja claro que la practica del diseño mantiene constantes vínculos con disciplinas y actores de caracteres diversos y con intereses variados en lo comercial, lo ideológico y lo cultural. Esta situación obliga al diseñador a participar en diálogos múltiples⁴. De la misma forma encontramos que las distintas esferas de la practica profesional obligan al diseñador a asumir actitudes distintas frente al proyecto gráfico el cual adquiere matices según las necesidades del mercado. También es notorio el debilitamiento de algunas competencias del diseño como la gestión, la investigación y la comunicación en ámbitos comunitarios; que son abordadas de manera parcial en el contexto Colombiano. Por ultimo, como aspecto negativo encontramos que la falta de organizaciones o asociaciones de apoyo a la disciplina genera un escaso desarrollo de la critica y promoción de la misma, el cual se trabaja de forma incipiente en las universidades.

Adicional a este análisis se hace necesario revisar la transformación cultural desencadenada por la revolución digital, que ha afectado la manera de producir diseño con el agravante de haber transformado, también, la manera de percibirlo.

El reto tecnológico y la superación del oficio

Un factor decisivo que se ha impuesto en los últimos 15 años como paradigma de la producción de diseño es la tecnología, en especial la revolución digital, que ha transformado la construcción y producción de imágenes. Esta transformación se relaciona con los cambios de valores en la forma de consumir, que han incidido en la forma de producir.

En la actualidad el producto desvanece su materialidad para convertirse en servicio programado, o lo que se llamaría el sistema – producto. El producto, bajo esta idea, ya no es el resultado de una serie de fases sucesivas sino un conjunto de atributos técnicos, funcionales, formales, culturales, comunicativos, espaciales, de presentación y servicio.

⁴ Así como lo menciona Zalma Jaluff, “DISEÑO: DIALOGO DE MUCHOS”; Conferencia dictada en el Congreso Creando Espacios de Comunicación, Canada, 2003.

Los intangibles adquieren valor y poder en lo que se ha llamado sociedad de la información y sociedad del conocimiento.

El paso de una sociedad de la demanda a una sociedad de la oferta en la que inventar nuevas realidades para el público genera importantes beneficios económicos, como es el caso de la industria del entretenimiento.

En cuanto a la construcción de la imagen las nuevas tecnologías inciden en los procesos de prefiguración acentuando los recursos de simulación. Al modelo creativo se le suma la precisión como requerimiento industrial.

Esta nueva “realidad” enfrenta al diseñador con nuevos retos que necesitan nuevos procedimientos y nuevas actitudes. El tradicional oficio de diseño se ve en la necesidad de ser revaluado por una programación de lenguajes. El proyecto de diseño adquiere responsabilidades desde lo complejo interviniendo ahora en una multiplicidad de materias que requieren ser abordadas correctamente. La configuración de piezas se aparta del punto culminante del proyecto para darle espacio a la programación. El ya conocido esquema del proyecto como solución de problemas se convierte ahora en la participación activa en sistemas complejos.

El compromiso ético del diseñador

Hago un pequeño hincapié sobre el aspecto ético por cuanto considero que el desempeño de la actividad en el mundo “real” se lleva a cabo sobre un contacto directo entre el diseñar y el cómo se diseña. Esta correspondencia pone de presente algunos valores y tradiciones propios de la cultura y el contexto.

Como amenaza cotidiana nos enfrentamos al fenómeno de lo nuevo como enmascaramiento de la contemporaneidad. Se ve con preocupación la importancia que ha adquirido en la actualidad este concepto que dirige la dinámica consumista partiendo de la necesidad de los medios masivos de comunicación de mantener fascinada a su clientela con cambios constantes de las representaciones visuales. Este modelo aparenta una dinámica del modelo social que justifique el control de poder por una clase social. Tal vez, el auge del styling en el medio se debe en cierta medida a estas circunstancias del juego de poder.

Hacer imágenes no es precisamente un terreno políticamente neutral, de hecho, los diseñadores han contribuido y contribuyen a las tensiones de control de poder. De tiempo atrás es conocido que quien domina los medios de comunicación mantiene el control del poder.

Ante este fenómeno la enseñanza adquiere un compromiso enorme como lo sostiene Oriol Pibernat⁵: “La enseñanza no ha de ocultar sino desvelar algo en la lectura de los síntomas críticos de la cultura de

⁵ Pibernat, Oriol; “UNIVERSIDAD, TALLER Y JARDÍN LA ENSEÑANZA Y LA PEDAGOGÍA DEL DISEÑO EN EINA” en www.eina.edu, Barcelona, España.

masas, del consumismo, de la saturación icónica, de la hegemonía tecnológica, etc. Es necesario reclamar la pertinencia de entender la formación del diseñador también como una transferencia de recursos intelectuales para captar lo que altera y condiciona la creación y percepción espacial, objetual, comunicativa y estética.”

PROYECTO DE DISEÑO: IDENTIDAD Y DESARROLLO⁶

Como hemos visto lo que nos determina un punto de unión entre la enseñanza del diseño y la practica profesional es el proyecto. Sin embargo, es el mismo proyecto visto como un hacer automático y predispuesto en lo metodológico lo que limita las posibilidades del diseñador.

Si rescatamos el concepto de Proyecto como "modelo de desarrollo" que en última instancia nos propone Otl Aicher⁷, nos enfrentamos a la posibilidad de fundar una vía de reflexiones que trascenderán el hacer y se inscribirán en el pensar. Para ello, no debemos entender el Proyecto como molde en el cual se encierran las respuestas típicas o fórmulas que se aprenden de manera reiterada en la academia, sino, como concepto, que dentro de sí, debe contener los elementos suficientes para la reflexión, como lo son: la interacción social, la innovación en el manejo de códigos culturales, la creación, el entorno, la identidad, la comunicación, los medios de comunicación convencionales y no convencionales y los usuarios. Con estos elementos es viable construir preguntas que cuestionen los esquemas tradicionales del circuito producción - consumo y redunde en nuevos conocimientos que permitirán constituir al diseño gráfico en una disciplina investigativa.

De esta forma se abre la posibilidad de investigar a través de la experiencia propia de cada proyecto, suponiendo que quedará para la posteridad el conjunto de circunstancias enfrentadas y el sistema de valores desplegado para dar solución a los problemas planteados. El producto final se convierte así, en un paso intermedio, que a su vez genera nuevos proyectos.

Esta dimensión del proyecto plantea la complejidad como principio haciendo indisoluble la relación de las distintas partes. Al proyecto se le suman así los problemas de identidad y sentido social asumiendo desde esta perspectiva su rol como constructor de lo simbólico. El diseñador pasa de ser el propietario de la forma, dejando su dominio al usuario, a ser el propietario de los contenidos. Aparece aquí algo similar a lo planteado por Barthes y Foucault⁸ en cuanto a la literatura: “el nacimiento del lector es a costa de la muerte del autor”.

La identidad se construye como retroalimentación gracias a la practica proyectual. El proyecto de diseño piensa y retrata a la sociedad y la

⁶ Plazas, Hugo, “EL PROYECTO GRÁFICO COMO POSIBILIDAD INVESTIGATIVA”, ponencia presentada en el Foro Académico RAD/G+V 2003: La Investigación en Diseño Gráfico, Manizales.

⁷ Aicher, Otl; “EL MUNDO COMO PROYECTO”, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1994.

⁸ Bilak, Peter; “FALTA DE DISEÑO, EXCESO DE DISEÑO Y VOLVER A DISEÑAR: De imágenes bonitas y malos diseños” Conferencia pronunciada en la XVIII Bienal de Diseño Gráfico en Brno en 1998.

sociedad en retribución piensa y retrata al diseño impregnándolo de función y sentido en lo social.

CONCLUSIONES

Diseñar la enseñanza desde la practica profesional

Con el fin de salvar la distancia entre la academia y la practica profesional, así como, la separación entre proyecto gráfico y usuarios, hay que tender un puente. Primero, considerando que el proyecto de diseño visto desde la complejidad como modelo de desarrollo permite ser trabajado, y por lo tanto validado, dentro del ejercicio académico como conocimiento. Y por otra parte, incluyendo en el currículo de los programas de diseño gráfico la practica profesional desde los talleres de primer semestre, en la medida que ello permite fortalecer aspectos como la gestión del diseño, la investigación, la participación autodidacta y la experimentación. Además de ofrecer un medio de superación de la simulación dirigida presente en los talleres en los que el ejercicio se desarrolla con clientes simulados, condiciones ideales y productos forzados a necesidades preestablecidas. Por supuesto, este tipo de inserción de la practica profesional en la academia debe ser tratada con la distancia requerida por la critica reflexiva.

El modelo educativo correspondiente a esta visión no puede ser del tipo inductivo sino de tipo complejo en la medida que asume de manera directa la compleja red de asociaciones que todo proyecto contiene. La vida universitaria, vista de esta manera, gana en lo pedagógico incluyendo temáticas que posteriormente no serán novedosas para el futuro profesional, gana en lo social al convertirse en partcipe de la construcción social y cambio tecnológico, gana en lo investigativo al abrir espacio fructíferos de investigación proyectual, gana en lo ideológico al plantear un medio de superación de lo externo, y por ultimo, gana en lo colectivo al ser un medio de construcción de identidad.

Enseñar con el diseño en la practica profesional

El diseño gráfico tiene una responsabilidad ética frente a la sociedad y parte de ella esta dada desde lo educativo. Informar, identificar, persuadir y demás objetivos de todo proyecto de diseño afectan a la sociedad y a través de ella transfieren valores de identidad, que si entendemos como factor educativo, comprometen directamente el entramado social. Encontrar maneras de diseñar que nos permitan reconocernos, identificarnos, autoretratarnos como cultura debería ser uno de los objetivos del proyecto. El diseñador tiene el compromiso de diseñar de manera responsable para que a través de su trabajo se trasladen valores que hagan parte de la conciencia colectiva.

Uno de esos valores es la educación visual, presente cotidianamente en los medios de comunicación y del cual los reportes de educación dan cuenta de su bajo nivel de abstracción por parte del colectivo. Asumiendo una postura educativa todo proyecto de diseño debe contribuir al bienestar de la sociedad logrando que ésta tome actitudes comunicativas desde lo visual más claras y profundas. De la mano con la educación visual encontramos la educación tecnológica que impone el reto de dar a conocer al publico acerca de la revolución tecnológica su influjo, proyección y cambios que produce en el mundo.

Educar con el diseño se refiere al compromiso de retar el analfabetismo de la sociedad desde lo icónico – verbal. Enfrentar la discusión de la imparcialidad en los medios de comunicación y poner en controversia la pasividad con que actúa el diseñador frente a los ejercicios de poder se convierte en la actitud esperada para transformar la cultura y el futuro.

Complementariedad entre la praxis y la academia

Como había dicho inicialmente el medio educativo es una empresa social con compromisos diferenciados con respecto a lo comercial, lo cultural, etc. Pero esa diferencia es la base de la complementariedad que debe existir en la formación del diseñador gráfico. Transformar la mirada que existen entre ellas permitirá el reconocimiento de cualidades y fortalezas que le hacen falta a la otra. Pienso que el puente propuesto del proyecto gráfico como lazo de unión, como encuentro deja abierta la posibilidad de construir desarrollo y bienestar de la sociedad, que en últimas es para quien todos trabajamos.

El usuario como representante de la sociedad recibe así el protagonismo que ningún otro actor de los aquí propuestos debe tener. El provecho de la comunicación pasa de medirse en términos de eficiencia y rendimiento a términos de bienestar.

La actitud del diseño es la actitud crítica de las condiciones de la sociedad, de la adaptabilidad al contexto, del reconocimiento del otro en la figura del usuario, de la investigación proyectual y la responsabilidad en la comunicación. Esta actitud es la que debe encontrar el estudiante en el paso por la universidad.

BIBLIOGRAFÍA

“LA ENSEÑANZA DEL DISEÑO GRÁFICO EN MÉXICO”,
Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la
Educación Superior. (CIEES). Comité de Arquitectura, Diseño y Urbanismo
(CADU), México, D. F., Abril de 2000.

“LA ENSEÑANZA DEL DISEÑO GRÁFICO EN EL MARCO DE LAS
NUEVAS TECNOLOGÍAS: una experiencia educativa a partir de los
módulos”, Facultad de Diseño, Universidad Pontificia Bolivariana. Ponencia
en el Simposio "LA EDUCACION EN COLOMBIA EN LA ERA DE LA
INFORMACION" , Colciencias, Bogotá, 1997.

Guerra, Adán, “LA ENSEÑANZA DEL DISEÑO”, España, en [www.
Hypermedia.iespana.es](http://www.Hypermedia.iespana.es).

Aicher, Otl; “EL MUNDO COMO PROYECTO, Editorial Gustavo Gili,
Barcelona, 1994.

Plazas, Hugo, “EL PROYECTO GRÁFICO COMO POSIBILIDAD
INVESTIGATIVA”, ponencia presentada en el Foro Académico RAD/G+V:
La Investigación en Diseño Gráfico, Manizales, 2003

Morales Campos, Angélica; “REDISEÑO CURRICULAR DE LA
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO DE LA UNIVERSIDAD DEL

NORESTE”; en Revista Encuadre, Asociación mexicana de Escuelas de Diseño gráfico.

Fontana, Rubén; “GALLO CIEGO”; en Revista Encuadre, Asociación mexicana de Escuelas de Diseño gráfico.

Calles Trejo, Francisco; “ENSEÑANZA DE LA TIP(O)GRAFÍA: anécdotas, comentarios y reflexiones”; en Revista Encuadre, Asociación mexicana de Escuelas de Diseño gráfico.

Kroeger, Michael; “BASIC VS APPLIED RESEARCH IN GRAPHIC DESIGN”; en www.mkgraphic.com.

Joan Vinyets i Rejón, Jesús-Ángel Prieto, Oriol Pibernat; “ESCUELAS DE DISEÑO EN BARCELONA” en www.publicaciones.bcn.es.

Pibernat, Oriol; Rofes, Octavi; “LA ENSEÑANZA DEL DISEÑO: ESTADO DE LA CUESTIÓN Y RETOS DE FUTURO: ESCUELA EINA”; en www.publicaciones.bcn.es.

Pibernat, Oriol; “UNIVERSIDAD, TALLER Y JARDÍN LA ENSEÑANZA Y LA PEDAGOGÍA DEL DISEÑO EN EINA” en www.eina.edu

Vinyets i Rejón, Joan; “ELISAVA ESCOLA SUPERIOR DE DISSENY” en www.educaweb.com

Valdés, Gustavo; “BAUHAUS: CRÍTICA AL SABER SACRALIZADO” en www.palermo.edu

Tapia Mendoza, Alejandro; “EL DISEÑO, DEL ENUNCIADO GRAMATICAL A LA PROPOSICIÓN LÓGICA”; en Memorias del I Seminario de Investigación en el Diseño Gráfico, Asociación mexicana de Escuelas de Diseño gráfico.

Bilak, Peter; “FALTA DE DISEÑO, EXCESO DE DISEÑO Y VOLVER A DISEÑAR: De imágenes bonitas y malos diseños” Conferencia pronunciada en la XVIII Bienal de Diseño Gráfico en Brno en 1998. El texto apareció publicado en el catálogo de la Bienal así como en el número 2 de la revista Dot Dot Dot (invierno, 2000). La versión original en inglés puede encontrarse en las páginas de Peter Bilak: <http://www.peterb.sk/>

Rollie, Roberto; “LA ENSEÑANZA DEL DISEÑO: HISTORIA DEL TALLER B”; Universidad Nacional de La Plata, Argentina, en www.catedrarollie.com

Jalluf, Zalma; “DISEÑO: DIALOGO DE MUCHOS”; Conferencia dictada en el Congreso Creando Espacios de Comunicación, Canada, 2003.

Dormer, Peter; “EL DISEÑO DESDE 1945”; Ediciones Destino, Barcelona, 1993.

Hernández, Carlos Augusto; “ARTE Y PEDAGOGÍA” en Revista Artefacto N°4 , Universidad Nacional de Colombia, Bogota, 1994.

Zimmermann, Yves; “DEL DISEÑO”; Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1998.