

Título

Compartir el desafío

Autor

María Marcela Vicente

Coordinadora Académica Lic. en Diseño gráfico y Comunicación Audiovisual
Universidad CAECE
Argentina

Pocas oportunidades tenemos en las que podemos dejar de ser uno solo y ser uno con pares, dejar de reflexionar en silencio y escribir, y disponernos a escuchar y dialogar. Porque tenemos muchas preguntas, porque ninguno de nosotros ya, en el espacio en el que se desarrolle - gestión, docencia, investigación, extensión- puede suponer que lo que hace es indiscutible.

La convocatoria de un primer Congreso Latinoamericano de Enseñanza en Diseño, seguramente será un espacio de formulación de preguntas más que de exposición de respuestas, un espacio en el que todos nosotros nos encontremos con pares movidos por las mismas preguntas inquietudes.

Si un diseñador es alguien que puede pasar del querer hacer al saber hacer, para resolver un problema, si es un actor que interviene activamente dentro de una escena social con los demás actores, en una trama de intereses y acuerdos, instrumentando medios y técnicas, planteando estrategias para alcanzar sus objetivos, entonces los responsables de los espacios de educación tenemos que preguntarnos de qué manera y con qué responsabilidad estamos asumiendo la exigencia de la nueva sociedad y sus nuevas configuraciones, cuáles son las redefiniciones que debemos plantearnos en el marco epistemológico de la enseñanza de la comunicación visual.

Si asumimos entonces que un diseñador es un comunicador global que actúa dentro de una red social en un entorno local, podemos preguntarnos si estamos considerando en el diseño curricular aspectos fundamentales como:

- la formación de profesionales con aptitud comunicacional, actitud ética y socialmente responsables.
- el diseño gráfico y la comunicación audiovisual en el marco de la producción de mensajes sociales.
- las competencias requeridas a partir de las nuevas configuraciones sociales.
- la transformación conceptual y tecnológica de los canales de comunicación.

Esta lista de aspectos fundamentales implica, en definitiva, la consideración del desarrollo de la capacidad analítica de las dinámicas sociales, a las que un profesional comunicador debiera responder

En tal sentido, si acordamos en la concepción del diseñador como un coordinador de acciones con arreglo a fines sociales, entonces podremos preguntarnos acerca de lo que ocurre en los espacios de enseñanza – aprendizaje del diseño: al resolver problemas prácticos, ¿de qué manera definimos y cuáles son los ámbitos de esos problemas? ¿Cuáles son las definiciones de la comunicación desde las cuáles se persiguen metas individuales? ¿Cuál es el entorno objetivo social y qué herramientas ofrecemos para comprenderlo, cómo poner a consenso el discurso, y quién es el destinatario?

El mundo está hoy en crisis. Será que el mundo financiero está en crisis. Sin embargo, la carencia de respuestas a las necesidades básicas de un pueblo pareciera indicar que estas necesidades permanecen ajenas a las oleadas económicas y, por ende, ajenas a las crisis. Que el diseño actúa en los espacios empresarios y de poder es una realidad. Y sus movimientos impactan en los ámbitos de la formación profesional ya que, como dijimos, el diseñador es un actor dentro de un contexto y red sociales.

Cuando se presenta como objetivo de desarrollo, un crecimiento económico en divorcio con el medio social, se producen graves desequilibrios tanto económicos como culturales y se debilita notablemente el potencial creador de un pueblo. Desde esta perspectiva se destaca enfáticamente la importancia de un modelo de enseñanza-aprendizaje que rescate el valor de la originalidad como la base de la relación armónica y equilibrada que las comunidades locales mantienen en su convivencia humana y en solidaridad con su entorno.

Nos debemos preguntar entonces, acerca de las herramientas que los ámbitos educativos brindan para comprender y medir esa realidad, reforzando su acción hacia la comunidad, con el fin de contribuir a su desarrollo y transformación, estudiando en particular problemas regionales.

Formular estas preguntas nos lleva a reflexionar acerca de:

- Las escuelas de diseño como formadoras de profesionales con aptitud comunicacional y actitud ética y socialmente responsable.
- La comprensión del diseño en el marco de la producción de mensajes sociales para los nuevos contextos.
- La revisión de las competencias requeridas a partir de las nuevas configuraciones sociales y tecnológicas.

En el contexto sociocultural actual de globalización de la información, frente a la velocidad de los cambios y una complejidad social creciente, la educación debe continuar con su función de satisfacer las necesidades del ser humano y su ámbito de convivencia. En la formación universitaria ello implica una pedagogía de aprendizaje-servicio y responsabilidad social que fomente la creatividad para la resolución de problemas comunicacionales, la comprensión de las realidades y los problemas mundiales, regionales y locales, el ejercicio del pensamiento crítico y la valoración de la solidaridad y participación sociales.

En este espacio debiéramos hablar de la naturaleza social de la construcción cognitiva, del desarrollo de la inteligencia en la interacción social. Asumir la responsabilidad de promover la enseñanza del diseño como una actividad socializada, con acciones y juicios que difieren de un individuo a otro pero cuya coordinación culmina en un equilibrio, que es en sí mismo de naturaleza social, ya que resulta de la integración de puntos de vista divergentes, en sistemas de conjunto a reequilibrarse.

Asumir la responsabilidad de formar individuos capaces de participar en intercambios sociales cada vez más complejos, inclinados a ampliar los ámbitos de significación del contenido específico, a inquietarse hacia la investigación y la extensión. La visión en conjunto de la realidad, promueve en el estudiante pensamiento crítico, comprendiendo al diseño como una profesión comprometida con su entorno, en el marco de una postura ética profesional.

Las carreras de diseño son o debieran ser sensibles a los veloces ritmos de cambio y dinámicas sociales, ya que se define al diseño gráfico como una especialización del área comunicacional. Por tanto, debemos permitirnos someter a crítica los métodos aplicados, las actitudes de los alumnos, y la forma en la que abordamos los problemas, analizando el entorno y las necesidades y cambios en la profesión.

En el diseño curricular para la formación de un comunicador planteamos como base que los cambios socioeconómicos y competitivos generados por la globalización, están poniendo de relieve el valor de lo propio y original que existe en lo local, que el medio ambiente en el que vivimos requiere desde todos los ámbitos de pensamiento y diseño una mayor preocupación. Así, el concepto de responsabilidad social universitaria ya no debiera ser solo una opción sino un marco en el cual definir prácticas del diseño centrado en la calidad de vida.

Los temas son muchos y a todos debiéramos darles su espacio de discusión. Además de plantear los indicadores de formación y evaluación como referente que colabore a la nivelación y coordinación de conocimientos y de recursos docentes.

Las escuelas de diseño han avanzado en la organización del cuerpo docente, en la instalación de equipamiento educativo tecnológico orientado al manejo de las nuevas exigencias

informáticas, que permitan garantizar una formación adecuadamente pragmática y operativa en los alumnos. Estos avances traen como consecuencia el desafío de optimizar la utilización de dichos instrumentos así como apoyar su desarrollo y la integración de nuevos componentes, pero poniéndolos a disposición del ser humano, su calidad de vida, y el cuidado de su entorno.

La concepción del Diseño desde una perspectiva comunicacional y dentro de la misma, en el marco de la producción de discursos sociales implica continuar trabajando sobre los ejes de la Teoría de la Comunicación, la Semiótica, la Publicidad, el Marketing, la Opinión Pública, la Tecnología, la Psicología, Metodología de La Investigación, entre otras perspectivas que hacen su aporte en la preparación de las condiciones profesionales desde la integración del conocimiento que permita al graduado afrontar con solvencia las nuevas y complejas demandas comunicacionales que surgen de los espacios de intercambio social.

Esta propuesta se erige, por lo tanto, no sólo con la voluntad de generar una formación en estos nuevos escenarios dominantes de la cultura contemporánea y en el manejo de las novedades tecnológicas mediáticas de la comunicación, sino también, con el propósito de instar a una suerte de responsabilidad ética y social en quienes serán profesionales de esta "era hipermediática", en el sentido que unas prácticas racionales y efectivas en el campo del Diseño contribuyan a aumentar la calidad de vida social, también en el terreno visual y estético.