

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA



Ana María Gonzalez
Licenciatura en Diseño Gráfico

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Buenos Aires, Diciembre del 2003

El pensamiento complejo como elemento indispensable en la formación del Diseñador Gráfico

“El objetivo principal de la educación es formar hombres capaces de hacer cosas nuevas que no repitan simplemente lo que otras generaciones han hecho: hombres que sean creativos, que tengan inventiva y que sean descubridores. El segundo objetivo de la educación es formar mentes capaces de ejercer la crítica, que puedan comprobar por sí mismos lo que se les presenta y no aceptarlo simplemente sin más.”

Jean Piaget

Agradecimientos

En primer lugar al profesor Eduardo Viggiano, que sin conocerme, me brindó su orientación y apoyo en los temas de diseño, y en la búsqueda de bibliografía adecuada para la elaboración de esta tesina.

A la coordinadora de la carrera, la DG Gabriela Friedman, por su colaboración en la encuesta y demás consultas, a los docentes que tuvieron la amabilidad de contestar mi encuesta en la Universidad Abierta Interamericana, y a los diseñadores Diego Mesa de Colombia y Mariela Rizzo, de Argentina, que lo hicieron vía mail.

Al titular de la cátedra, a la diseñadora Zalma Jalluf, del estudio Fontana, que si bien no se pudo concretar la entrevista, amablemente colaboró vía mail.

A aquellos que de una u otra manera contribuyeron para que pueda realizar este trabajo, ya sea mediante el préstamo de bibliografía u orientación

A los alumnos que personalmente o por mail respondieron mis preguntas.

Introducción

El tema del trabajo obedece a una necesidad de clarificar la posición del Diseñador Gráfico recién egresado dentro del contexto, y esclarecer temas de su interés respecto a la disciplina. En primer lugar, dilucidar el alcance de su accionar, las limitaciones que necesita superar para equipararse con otras disciplinas, la necesidad de investigación, de teoría y de compromiso.

Esta tesis propone la aplicación del pensamiento complejo en la formación del Diseñador Gráfico, como un instrumento efectivo para equiparar la formación universitaria con las distintas herramientas de presentación de la información que proporcionan los adelantos tecnológicos, y para adecuarse a cualquier otro cambio social, político, económico, o de otra índole.

La información está organizada de manera tal de poder aclarar conceptos básicos para la comprensión de los temas concernientes al Diseño Gráfico, la educación y la comunicación en la educación.

En pos de actualizar conceptos se consultó a diseñadores contemporáneos, libros de texto de diseño y de educación, se realizaron encuestas y una entrevista. Además, se tomaron temas de conferencias de diseño. Este trabajo analiza las diferentes áreas donde el diseñador puede aplicar el pensamiento complejo, y las ventajas que produce su aplicación.

Da lugar a otras cuestiones meritorias de investigación.

Sumario

Capítulo 1	Hipótesis de trabajo 09 <ul style="list-style-type: none">1.1 Problema1.2 Hipótesis1.3 Resumen hipotético
Capítulo 2	Teoría 11
Capítulo 3	Métodos 13
Capítulo 4	Tesis sustentada 14
Capítulo 5	Diseño gráfico. Definición. Diferentes concepciones. 16 <ul style="list-style-type: none">5.1. ¿Diseñador Gráfico o Diseñador en Comunicaciones Visuales?5.2. Perfil del Diseñador Gráfico argentino.5.3. Evolución del Diseño Gráfico en el ámbito nacional.
Capítulo 6	La carrera de Diseñador Gráfico. 22 <ul style="list-style-type: none">6.1. Su evolución6.2. En el ámbito internacional6.3. En el ámbito nacional
Capítulo 7	Establecimientos de Enseñanza en Argentina. 25 <ul style="list-style-type: none">7.1. Universitarios Privados7.2. Universitarios Estatales
Capítulo 8	Establecimientos de Enseñanza en Buenos Aires. 30 <ul style="list-style-type: none">8.1. Diferentes enfoques de la carrera.8.2. Universitarios Estatales.8.3. Universitarios Privados.
Capítulo 9	Diseño Gráfico en la Universidad Abierta Interamericana 32 <ul style="list-style-type: none">9.1. Ingreso a la carrera9.2. Objetivos9.3. Perfil del egresado9.4. Contenidos
Capítulo 10	Métodos de Enseñanza del Diseño Gráfico. 36 <ul style="list-style-type: none">10.1 Información, técnicas y tecnología.10.2 El pensamiento crítico. Definición. Aplicación. Ventajas de su práctica10.3 La comunicación. Modelos. La comunicación en la enseñanza10.4 Métodos de enseñanza del Diseño Gráfico.
Capítulo 11	Anexos <ul style="list-style-type: none">11.1. Entrevista y Encuestas 5111.2. Cuadros 6011.3. Conclusiones 6111.4. Ejemplos 6711.5. Bibliografía 7111.6. Datos de autores 72

El pensamiento crítico como elemento indispensable en la formación del diseñador gráfico.

Capítulo 1

1.1. Problema

Las falencias del Diseñador Gráfico para operar eficientemente con las nuevas herramientas de presentación de la información que nos brindan los adelantos tecnológicos.

Un manejo eficiente de la información refiere a la reducción de la complejidad de la información en pos del conocimiento.

1.2. Posibles soluciones: Hipótesis

H₁- Los programas de estudio de la carrera de diseñador gráfico deben basarse en la formación de profesionales con una estructura de pensamiento complejo, flexibles y conscientes de su función de comunicadores sociales.

H₂- Para comprender e intervenir eficientemente frente a las demandas actuales en comunicación visual el diseñador debe ser capaz de relacionar su trabajo con las conductas y la realidad de los receptores, junto con la semántica de los signos, las teorías más actuales en comunicación y las nuevas tecnologías.

H₃- Para lograr lo planteado en la hipótesis anterior es necesaria la reformulación de algunos modelos del paradigma de la disciplina.

H₄- El diseñador gráfico debe concientizarse de su responsabilidad como formador de opiniones y del efecto de su discurso en el receptor.

1.3. Resumen hipotético

En toda formación universitaria o de nivel terciario existen falencias de diverso tipo. Ningún programa académico puede brindar todos los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para desempeñar la profesión eficientemente.

Existen limitaciones: la incorporación de nuevas tecnologías y teorías de comunicación, cambios sociales, políticos y económicos. La rapidez de estos cambios es superior a la actualización de los métodos de enseñanza y de los programas académicos.

Para que el profesional pueda incorporar los nuevos modelos mentales y productivos es necesaria la enseñanza del pensamiento complejo; ésta es la clave para que los profesionales puedan adaptarse a los nuevos modelos del paradigma del Diseño en Comunicación Visual.

Para la elaboración de los mensajes el profesional tiene que tener en cuenta el contexto donde está inserto el destinatario del mensaje; esto es posible sólo si tiene conocimiento de las distintas disciplinas sociales que convergen con el Diseño Gráfico.

La actual denominación de la profesión no es representativa de la disciplina. Diseño en Comunicación Visual, por el espectro de tareas que el profesional realiza, es el adecuado. Por este tema se plantea la necesidad de una reformulación de algunos modelos que conforman el paradigma de la disciplina.

Un tema de suma importancia, que nos compromete a todos, es la responsabilidad de ejercer la profesión con ética y con conciencia del efecto social de los mensajes.

Porque para construir una sociedad con valores legítimos, el diseño tiene que tener conciencia social.

Capítulo 2

Teoría

Es preciso clarificar la tarea del diseñador gráfico. La esencia de la disciplina no cambió, sino que, debido al rótulo tan específico -“gráfico”-, la capacidad profesional quedó reducida a la aplicación de una técnica de representación.

Esto provocó que en los últimos años los agentes económicos dejen de pensar en un diseñador a la hora de resolver un problema de estructura comunicacional para una empresa, relegándolo en la estructura decisoria, y requiriendo sus servicios sólo en la etapa final del proceso productivo.

El campo profesional se reduce al mismo tiempo que aumentan las necesidades comunicacionales de las empresas debido a la necesidad de competir y diferenciarse en un mercado altamente competitivo.¹

Es por esto que se hace imprescindible reformular algunos modelos que constituyen el paradigma. La profesión debe lograr insertarse en el mercado de una manera natural, para lo cual es necesario trabajar desde la base, en la formación de profesionales capaces de interactuar con otras disciplinas desde un espacio propio y concreto.

Hoy es necesario hablar de Diseño en Comunicaciones Visuales: la disciplina ha evolucionado, el diseño no se centra en objetos, sino en el impacto que esos objetos tienen sobre las personas. Por lo tanto la tarea del diseñador implica un mayor conocimiento de la gente, de la sociedad y del ambiente.

El conocimiento sobre las formas, técnicas y procesos de manufactura, ya no son suficientes, es necesaria la comprensión de las dinámicas sociales, psicológicas, culturales, económicas y ecológicas que afectan la vida en sociedad; para lo cual es necesario una educación, investigación y práctica interdisciplinarias.

El diseño es una actividad interdisciplinaria centrada en problemas. Estos problemas que trata el diseñador son complejos, ya que las conductas humanas lo son. De acuerdo con el problema a resolver por el diseñador, tiene que abordarlo de acuerdo a su tipo específi-

¹ <http://www.adg.org.ar/>

co y hacer uso de diferentes disciplinas para resolverlo.

Para ser un profesional eficiente, que incorpore nuevas tecnologías y conocimientos, relacionándolos con los que ya posee, que tenga la capacidad de resolver los problemas comunicacionales de manera eficaz, necesita hacer uso de una estructura de pensamiento superior, como el pensamiento complejo.

Si el alumno en el transcurso de su formación aprende a tener una mirada particular de ver la realidad acontecida y la actual, que le permita analizar, reflexionar, asociar, clasificar, criticar y evaluar, entonces, sabrá incorporar los cambios que se refieran a su trabajo en el diseño, así como también podrá resolver dificultades relacionadas con otros aspectos de su vida.

Por ejemplo, en el caso de la incorporación del diseño de páginas Web a los planes de estudio de diseño, que no data de mucho tiempo, puede ser incorporada a los modelos mentales y productivos del Diseñador a través de un análisis crítico. (Prescindiendo del manejo del software). Ver punto: 10. 2.

Capítulo 3

Métodos

En esta investigación se manejaron datos primarios, ya que son construidos por el investigador. Éstos datos se recopilaron por medio de encuestas personales o vía e-mail. Las mismas están dirigidas a un target específico: diseñadores gráficos, docentes y alumnos de la carrera de diseño gráfico.

Se realizó una entrevista a la Diseñadora Gráfica Gabriela Friedman, coordinadora de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Abierta Interamericana.

El tema de investigación es la construcción del objeto, que consiste en determinar como el profesional en diseño, puede adaptarse a los acelerados cambios culturales, sociales, etc.; como puede incorporar los nuevos conocimientos y hacer uso de las distintas herramientas de presentación de la información.

Se analizaron distintos textos que versan sobre el tema de la enseñanza, el perfil del diseñador en el inicio de la profesión, su función con la aparición de la web y el perfil del diseñador actual.

Los métodos de investigación utilizados son:

-Inductivo: se partió de casos particulares para llegar a una conclusión general.

-Deductivo: se leyeron e interpretaron textos.

-Histórico-comparativo: se contextualizó la función del diseñador y la evolución de la disciplina a través del tiempo.

Las encuestas que se realizaron para la obtención de datos se encuentran en el Anexo 11.1

Capítulo 4

Tesis Sustentada

Ante los acelerados avances de la tecnología informática, la incorporación de nuevos conocimientos y los continuos cambios que se producen en la sociedad de hoy, se hace indispensable una actualización constante del profesional de cualquier disciplina. En el caso particular del Diseño Gráfico, donde converge una suma de doctrinas, el estar al tanto de las innovaciones no es una tarea fácil; para lograrla se necesita contar con determinados conocimientos y un manejo especial de los mismos.

Este trabajo contiene una revisión y actualización de conceptos, bajo diferentes miradas. Se consultó en textos recientes, se realizaron encuestas a profesionales en actividad y se investigó en la web sobre las temáticas de las conferencias sobre Diseño.

El Diseño Gráfico cuenta con escaso material teórico actualizado, debido a que no se desarrolló el área de investigación de la disciplina. Este hecho provoca que no se cuente con un soporte doctrinario pertinente, que unifique criterios y sirva para desarrollo y fundamento de la profesión; y este tema preocupa a los que ejercen el Diseño y a los que están relacionados con él, en el ámbito nacional e internacional.

A fin de determinar el enfoque de la formación en Diseño que prevalece en Buenos Aires, se realizó un análisis de los establecimientos universitarios donde se imparte la carrera, estableciéndose similitudes y diferencias, se compararon contenidos, y se estipularon conclusiones.

Se confrontaron opiniones sobre la educación y otros temas de la disciplina mediante una encuesta común a los diseñadores gráficos: *Diego Mesa G*, -director de la Universidad de Medellín, en Colombia -, *Maricela Rizzo* de Argentina y las apreciaciones de otros profesionales (material extraído del libro *Ideas sobre Diseño*).

Se entrevistó a la coordinadora de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Abierta Interamericana, para tener conocer su punto de vista como responsable del área en ciertos aspectos relacionados con el estudio de la carrera en dicha Universidad.

Con el propósito de una mayor claridad en la exposición, se fragmentaron las encuestas y entrevista, preservando el contexto.

La transcripción de las encuestas y entrevistas se hallan en el punto 11.1 correspondiente a los anexos.

El tema tiene relevancia para estudiantes, profesionales, docentes e instituciones que están relacionadas con la enseñanza de la carrera de Diseño Gráfico. El aporte de esta tesina, es destacar la importancia de jerarquizar el aprendizaje del pensamiento complejo en el alumno, a fin de optimizar su desempeño como alumno, profesional y persona.

El contexto de la investigación es institucional. Se realizó una investigación sobre las instituciones de la provincia de Buenos Aires, y se arribó a las conclusiones que se detallan en el capítulo correspondiente; y a fin de conocer la perspectiva del alumnado, se circunscribió el área de investigación a la Universidad Abierta Interamericana, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Sede Centro.

Las conclusiones se dividen en dos partes: la primera que corresponde a la enseñanza del Diseño Gráfico en la actualidad en Buenos Aires y la segunda, a las opiniones recogidas en la Universidad Abierta Interamericana.

Capítulo 5

Desarrollo

Para la construcción del objeto en estudio es necesario definir la disciplina, clarificar el campo de acción del diseñador gráfico, establecer sus objetivos y estrategias.

La profesión del Diseño Gráfico, dentro del actual contexto económico y profesional, se encuentra frente a la disolución de algunos modelos que conforman su paradigma.

Durante algunos años, la tarea del Comunicador Visual se desarrolló dentro de distintas manifestaciones de la gráfica, determinando un campo de acción lo suficientemente específico para su desarrollo.

El avance de otras profesiones sobre áreas comunes junto con la aparición de nuevos vehículos comunicacionales, han contribuido a la destrucción de estos límites y obligado a una revisión y evolución de sus principios.

Hablar hoy de Diseño Gráfico se convierte casi en un absurdo, no porque la esencia de la disciplina haya cambiado, sino debido a que un rótulo tan específico termina reduciendo al potencial profesional a la aplicación de una técnica de representación, la gráfica.

En cuanto a la influencia de la tecnología informática sobre la disciplina, es importante destacar que es una herramienta que facilita el trabajo del profesional, pero no incide en la elaboración del mensaje y la resolución del problema. Existe una tendencia a sobredimensionar la importancia del manejo de los programas de computación orientados al diseño gráfico y multimedial.

Es más acertado hablar de Diseño de Comunicación Visual, porque esta denominación comprende los objetivos y las funciones de la disciplina en la actualidad.

-La retícula en la pintura



Reticulárea de Gego
Del punto a la línea, a la red, a la idea de
espacio virtualmente infinito

5.1 Diseño Gráfico:

Definición. Distintas concepciones

El concepto de diseño gráfico no está definido con claridad, ya que existen diferentes concepciones y puntos de vista.

Definición de Diseño según el diccionario:

Diseño: m. Trabajo de proyección de objetos de uso cotidiano, teniendo en cuenta básicamente los materiales empleados y su función.

Diseño gráfico: arte y técnica de traducir ideas en imágenes y formas visuales.

Proyección: Plan y disposición que se forma para un tratado, o para la ejecución de una cosa de importancia.

Según esta definición el diseño gráfico es la designación de los pasos a seguir para la concreción futura de un objeto, teniendo en cuenta los materiales y su funcionalidad; pero excluye la consideración de la eficiencia del plan. Lo considera como la combinación de arte más técnica, olvidando la parte comunicacional.

-La retícula en Diseño Web



Reticula isométrica del programa Xara 2

Otros temas que suman confusión

1- *Se lo relaciona íntimamente con el arte:*

Si bien el diseño guarda una conexión con lo artístico, posee un nexo primordial con la comunicación, con la innovación, con la capacidad de cambiar realidades para una mejor calidad de vida.

La relación de la actividad con el arte se reduce a la coincidencia de aplicación de principios propios de la estética: color, textura, composición, módulo, estructura

(Ej.: la retícula en Diseño Editorial o Web)

Casi todos los programas incorporan una opción de ma-

nejar retículas (normalmente una cuadrícula con espaciado configurable.) Esta red —que no se imprime— sirve como referencia

Eduardo Viggiano,² opina que los seguidores de esta postura son los que utilizan una retórica sin contenido o provistas de un intelectualismo poco comprensible.

Ronal Shakeaspear³ considera el diseño como un plan mental, y define al diseñador como aquel que crea situaciones preferibles sobre situaciones existentes, despegándolo de la concepción del diseño como sinónimo de dibujo.

Rubén Fontana⁴ descarta que la profesión tenga que ver con el arte por varias razones. Una de ellas es que el diseño gráfico:

(...) está condicionado por las necesidades de la comunicación, mientras que el arte se supone que es tan libre como quiere que sea su autor. Aclara que (...) el mensaje, en el diseño, tiene que ser entendido por alguien de una manera y no de otra. El diseño – continúa- (...) no se relaciona con el arte, pero sí con la creatividad, con la imaginación y con la comuni-

2- Se lo encuadra dentro de la técnica:

Si bien el Diseño necesita de una técnica determinada para la elaboración de los diferentes objetos comunicacionales a diseñar, es sólo una parte de la disciplina. Pero si no se tiene en cuenta el contexto socio-cultural, si no existe una actitud de diseño, el trabajo se convierte en una simple manipulación de distintas herramientas: imágenes, texto, etc., con una finalidad estética y nada más.

Cuando un diseño alcanza su objetivo comunicacional en un país o región determinada, se cree que ello garantizará el éxito del mismo en otro lugar que posea características similares. Pero, suele ocurrir que el diseño no funciona, porque cada objeto a diseñar requiere que se realice una investigación exhaustiva del contexto, en el ámbito geográfico, histórico, social, cultural, económico, etc., teniendo en cuenta la mayor cantidad de variables para tener un porcentaje elevado de probabilidades de éxito.

3- Se lo considera una forma de comunicación:

² Viggiano, Eduardo (2000): *El diseño y la actitud*, Buenos Aires, Área Ediciones.

³ Frascara, Jorge (1997): *Diseño para la gente*, Ediciones Infinito, Buenos Aires. 2000²

⁴ Frascara, Jorge: op. cit.

Los seguidores de esta corriente reducen la originalidad a un juego matemático. Tienen como objetivo la racionalización. Tienen un rechazo hacia las formas gestuales. Su trabajo se caracteriza por la ausencia de expresividad.

Para poder definir al Diseño Gráfico es importante tener en cuenta que:

- Tiene relación con el arte, en cuanto a la aplicación de ciertos principios de la estética como el color, la retícula.
- Tiene un método, pero no es científico.
- Posee técnicas que permiten desarrollar la estética buscada en el mensaje.
- El diseñador es también un emisor, porque es parte del mensaje que está comunicando.
- El producto diseñado lleva a un accionar por parte del receptor.
- Es relevante el contenido del mensaje a comunicar.
- Es importante el contexto en el cual se va a desarrollar el mensaje.
- Maneja símbolos, no signos.
- En la elaboración del mensaje se emplea el principio de convencionalidad, sin caer en estereotipos, que inhiben la creatividad.
- En el ámbito internacional se tiende a la inserción del diseñador dentro de equipos de trabajo interdisciplinarios
- Es un servicio técnico a terceros (el comitente y el destinatario del mensaje).
- Carece de fines propios.
- El diseñador gráfico no determina el ejercicio de una ética social particular, sí de la Ética.
- El grado de originalidad de un diseño depende de las necesidades del mensaje.
- Trabajar para el mercado de consumo no implica identificarse con su ideología.
- Sin demanda comunicacional externa no existe el diseño gráfico.
- La función principal del diseñador gráfico es favorecer el mensaje de su comitente, teniendo en cuenta al receptor del mensaje.
- El diseñador gráfico proyecta formas pertinentes al mensaje.
- Tiene que argumentar su trabajo ante el comitente, para lo cual necesita de argumentos técnicos del diseño, de la empresa, etc. y un buen manejo de la expresión verbal.
- Se busca la comprensión de la pluralidad y la complejidad de los problemas a enfrentar

De los puntos anteriormente expuestos se concluye en la siguiente definición:

El Diseño Gráfico es una actividad proyectual que tiene como fin responder a la necesidad social de comunicación visual. Debe ser entendido como proceso, que involucra concebir, proyectar, y realizar objetos gráficos portadores de comunicación, a producirse por medios industriales gráficos u otros pertinentes, destinados a transmitir mensajes específicos a grupos determinados.

Se define como proyectual porque implica un determinado accionar en el presente para lograr un objetivo futuro, considerando determinadas variables que van a incidir en el funcionamiento del objeto diseñado.

Consideraciones acerca de la disciplina

Diseñar es dar forma adecuada a una comunicación de manera de impactar el pensamiento, el conocimiento o la conducta del público. Es evidente que no es posible concebir principios universales para el diseño de esas formas: todo mensaje tiene contenidos específicos y se dirige a públicos específicos. Las comunicaciones genéricas, que intentan llegar a todos, llegan sólo a pocos, particularmente cuando se quiere afectar el conocimiento, las predisposiciones o las conductas de la gente. La eficacia comunicativa requiere la definición de una audiencia que sea substancial, alcanzable, reactiva y mensurable. El campo de trabajo y facultad del diseñador gráfico —centrado tradicionalmente en el lenguaje de la visión— debe extenderse para abarcar la comprensión de los diferentes lenguajes, necesidades, percepciones y valores culturales del público.⁵

A escala internacional se tiende a considerar al diseñador dentro de un equipo interdisciplinario, en cuanto a la comunicación del proyecto de diseño. Dicha comunicación se refiere a la visualización de toda la información necesaria para permitir el entendimiento de la evolución de la idea, que es diferente al proyecto en sí, ya que éste im-

⁵ Frascara, Jorge (1997): *Diseño para la gente*, Ediciones Infinito, Buenos Aires. 2000²

plica la evolución de una idea hacia un producto concreto, servicio o comunicación.

Habría que analizar con mayor detenimiento las posibilidades de seguir esta tendencia en nuestro país, donde el número de estudios de diseño está en decrecimiento. *La habilidad para recolectar, seleccionar, analizar, interpretar y manejar la información relacionada con el proyecto necesita moverse del nivel del diseñador único al nivel del equipo. Dentro de estos equipos el flujo de la comunicación necesita incrementarse y deben desarrollarse nuevas herramientas de comunicación. Esta contribución propone el uso de escenarios como una manera de externalizar los pensamientos de los diseñadores y las ideas (incluyendo aquellos que son normalmente tácitos) durante el proceso de diseño. El escenario de diseño es la producción de modelos cognitivos a lo largo del proceso de diseño. Los escenarios hablan del comportamiento de sistemas. Exploran la relación (presente y futura) entre productos, inversionistas y diseñadores.* en la diseñadora Simona Maschi⁶:

Definiciones sobre el Diseño Gráfico.
Diferentes países exponen sus puntos de vista en ICOGRADA⁷

El Papel del Diseñador Gráfico

⁶ Maschi, Simona: <http://www.ualberta.ca/COMSPACE/consp/html/maschi.html>

⁷ ICOGRADA: <http://www.icograda.org/web/about.shtml>

El diseño gráfico es una actividad intelectual, técnica y creativa involucrada no solamente con la producción de imágenes sino con el análisis, la organización y los métodos de presentación de soluciones visuales a los problemas de comunicación. La información y la comunicación son las bases de una vida interdependiente alrededor del mundo, ya sea en las esferas del intercambio económico, cultural o social. La tarea del diseñador gráfico es la de proveer las respuestas correctas a los problemas de comunicación visual de cualquier orden en cualquier sector de la sociedad.

– ICOGRADA⁵ (Consejo Internacional de Asociaciones de Diseño Gráfico)

El Diseñador gráfico tiene la sensibilidad artística, habilidad y experiencia y/o está entrenado profesionalmente para crear diseños o imágenes aptos para reproducir por cualquier medio de comunicación visual, y puede tener relación con la ilustración; la tipografía; la caligrafía; el diseño de packaging; o el diseño de modelos, libros, avisos y material publicitario, o cualquier forma de comunicación visual.

- Artículo de la Asociación del Congreso Internacional de Asociaciones de Diseño Gráfico, 18 de septiembre de 1984

El Diseño Gráfico es una actividad interdisciplinaria para la resolución de problemas, que combina la sensibilidad visual con habilidad y conocimiento en áreas de comunicaciones, tecnología y negocio. Los Diseñadores Gráficos se especializan en la estructuración y organización de la información visual para ayudar a la comunicación y a la orientación.

- Asociación de Diseñadores Gráficos Registrados de Ontario, Miembro de la Sociedad de Diseñadores Gráficos de Canadá

El proceso del diseño gráfico es un proceso para la resolución de problemas, que requiere creatividad sustancial, innovación y especialización técnica. La comprensión del producto, servicio y metas de un cliente, sus competidores y el público al cual se dirige se traduce en una solución visual creada desde la manipulación, combinación y utilización de la forma, el color, la imaginación, la tipografía y el espacio.

– Asociación de Diseño Gráfico australiano (AGDA)

Campo profesional. Áreas

La inserción de los profesionales de la comunicación visual ha evolucionado en los últimos años, en rela-

ción con el mercado. Pero hay que tener en cuenta que el mercado sufrió una importante reducción, debido a la crisis económica por la que atraviesa nuestro país.⁸

Esta disminución de demanda laboral está causada también por la falta de claridad en cuanto a la importancia de la labor del diseñador dentro de la empresa y de los beneficios que su tarea produce. Este hecho ocurre por la confusión existente respecto a su accionar, por las creencias erróneas acerca de la disciplina, lo que hace que los empresarios tiendan a considerar al profesional del diseño como un gasto superfluo, prescindible.

Los diseñadores pueden incorporarse en organismos públicos y privados, y en agencias de publicidad, editoriales, empresas de servicios y empresas medianas o grandes donde existe un área de diseño propia y específica.

El diseñador gráfico se ocupa de responder a los siguientes requerimientos:

- sistemas de identidad visual;
- marcas;
- isotipos y logotipos para empresas e instituciones;
- señalética;
- sistema de señalización urbana y arquitectónica;
- arquigráfica;
- diseño y diagramación de diarios, revistas y libros;
- diseño gráfico para la educación;
- afiches y folletos;
- campanas publicitarias y avisos para medios gráficos, vía pública y cinéticos;
- campanas de interés social;
- diseño de stands y exposiciones;
- diseños de envases;
- diseño de multimedia y comunicaciones computarizadas;
- diseño cinético para cine, TV, video y computación gráfica.

Las áreas de trabajo:

Existe una división debido a la naturaleza de la actividad Diseño Editorial, Diseño de Envases (packaging), Diseño Publicitario y Diseño de Imagen Empresaria.

⁸ Viggiano, Eduardo (2000): *El diseño y la actitud*, Buenos Aires, Área Ediciones.

Otro criterio de clasificación, de acuerdo a su finalidad:

-*Diseño para información* (diseño editorial, gráficos, diagramas, prospectos, exposiciones, instrucciones, señalización, mapas, planos, etc.)

-*Diseño para persuasión* (publicidad comercial y no comercial; propaganda política e ideológica; comunicaciones de interés social)

-*Diseño para educación* (materiales didácticos)

-*Diseño para administración* (básicamente, formularios)

¿Diseñador Gráfico o Diseñador en Comunicaciones Visuales?

La división del trabajo que separó al Diseñador Gráfico de las tecnologías de reproducción, ha terminado debido al impacto que ha tenido la revolución de la computadora en la profesión: en los procesos de reproducción, en los medios y en los canales de distribución.

El rótulo de Gráfico ya no es suficiente para describir la actividad, porque no incluye los otros vehículos comunicacionales que son parte del área de incumbencia del diseñador.

En la actualidad el accionar del profesional se extiende a otros campos, como el diseño de páginas Web, diseño cinético para cine, TV y video. Este cambio también determina el manejo de nuevas herramientas de presentación de la información, por ejemplo el sonido.

Hoy la denominación más acertada es la de diseñador en comunicación visual, que se está empleando en algunas facultades de nuestro país.

En México algunos centros de estudio denominan a la profesión Diseño de información. (Universidad de las Américas, Puebla, México)⁹

Según el diseñador gráfico Jorge Frascara¹⁰:

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

⁹ <http://www.udlap.mx/pg2/prog/lic/df/dfp4.html>

¹⁰ Frascara, Jorge (1997): *Diseño para la gente*, Ediciones Infinito, Buenos Aires. 2000²

La concepción de Frascara incluye las siguientes ideas acerca de la comunicación visual

- 1- Está centrada en las acciones humanas y no en las formas visuales
- 2- Cuando se aplica a la reducción de problemas sociales, es necesario definir bien el problema y conocer al público para crear una estrategia comunicacional eficaz
- 3- La evaluación de un diseño debe ser parte integral del programa de diseño y debe perseguir objetivos obtenibles, así como una audiencia que sea sustancial, alcanzable, reactiva y mensurable.
- 4- Es necesario un conocimiento exhaustivo del problema y de su impacto socioeconómico para poder obtener los recursos necesarios para la implementación de la campaña – necesidad de conocimientos específicos, lenguaje apropiado, capacidad de persuasión.
- 5- Como tiene un efecto en el espacio público la responsabilidad del diseñador va más allá de lo técnico, implica una responsabilidad ética, social, profesional y cultural.¹¹

Esta designación es apropiada ya que la tarea del diseñador es la de generar mensajes que tienen como objetivo un efecto predeterminado –reacción- en el comportamiento o actitud de quien lo recibe.

Requiere conocimientos metodológicos y teóricos que le permita diagnosticar, intervenir y evaluar los procesos que promuevan la calidad de uso de la información.

Destaca los valores éticos, indispensables en el ejercicio de la profesión, porque si se aspira a un futuro mejor, se debe tener en cuenta que todos somos partícipes de la construcción del mismo.

Eduardo Viggiano ¹²destaca la importancia del contexto y el contenido, elementos que deben adicionarse

¹¹ Frascara, Jorge (1997): *Diseño para la gente*, Ediciones Infinito, Buenos Aires. 2000²

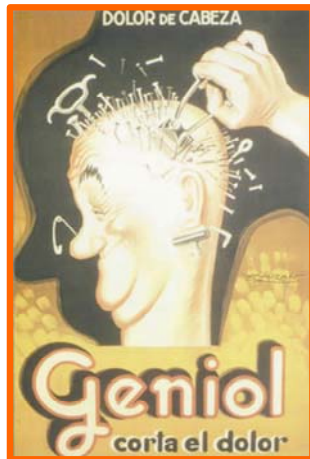
¹² Viggiano, Eduardo (2000): *El diseño y la actitud*, Buenos Aires, Área Ediciones.

al esquema de comunicación lingüístico de Shannon y Weaver; coincidiendo con la postura de Frascara.

Perfil del Diseñador Gráfico argentino.

En este momento es necesaria la presencia de un diseñador que sea capaz de reunir las características de un diseñador *Bauhaus* más disciplinas sociales.

Para que el diseñador pueda realizar su tarea de comunicación eficazmente necesita tener conocimiento de disciplinas tales como: Sociología, Psicología, Antropología, Ciencias de la Educación, Marketing. Requiere saber de literatura, filosofía y de la realidad económica, cultural, social y política, tanto de su país como de otros.



Publicidad Geniol
Lucien Mauzan

5.2 Evolución del Diseño Gráfico en Argentina

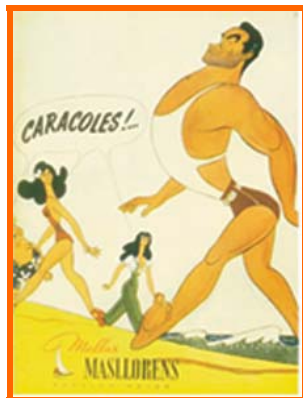
Es importante destacar los cambios que ha tenido la disciplina a través del tiempo y cuáles fueron las causas que produjeron esos cambios.

1900/1930: tres momentos en la Gráfica Argentina

El período comprendido entre 1900 y 1930, encuentra a la gráfica argentina influida por tres corrientes: *Art Nouveau*, *Art Decó* e *Ilustración Americana*. Cada una de estas tres corrientes produce momentos de tensión y cambios.

El primer quiebre de tensión (1900-1915) entre la ilustración romántico-positivista y el *Art Nouveau*, se evidencia claramente en anuncios publicados por las revistas P.B.T. o Caras y Caretas.

La inmersión total en la Gráfica *Art Nouveau* produce una ruptura en el ortogonalismo de la planta gráfica ochentista; altera la habitual separación entre tipografía e imagen, y trata a la tipografía como imagen, invalidando la separación entre área icónica y tipográfica.



Raúl Manteola
Revista Rico Tipo

En 1926, proveniente de Milán, llega a Buenos Aires **Lucien Mauzan**, famoso y requerido en toda Europa por su labor como afichista.

Emancipado de las formas *Belle Epoque*, transitando el *Liberty* y el *Art Decó*, Mauzan crea un lenguaje propio y geometrizable. Durante los seis años de su estadía en Argentina, Mauzan realiza una enorme producción gráfica que cubre las calles porteñas y del país con diarios revistas y afiches. Hoy, algunos de sus trabajos son casi míticos, como la cabeza rapada de **Geniol**, (ver imagen superior izquierda) los avisos para Carven «A» y de Soda Seiz.



Maldonado

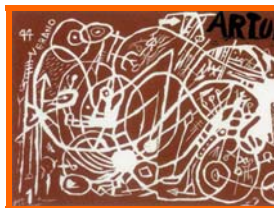
La Gráfica *Art Decó* avanza tímidamente en la Argentina a lo largo de los últimos años de la década del '20, y se introduce, en la década siguiente, para entrar en conflicto con la llamada *Ilustración Americana*.

Raúl Manteola, es el claro exponente de la *Ilustración Americana* en la Argentina. En 1935, la Revista **Para Tí** lo contrata para realizar las tapas de la misma.

La *Ilustración Americana* se extiende a lo largo de las décadas del '30 y '40, conviviendo con la gran ruptura producida por los racionalistas, y por las revistas humorísticas, como *Rico Tipo*, donde empieza a hacerse conocida una nueva línea caricaturesca, la del dibujante Divito. La revista *Rico Tipo*, está dirigida a un público de clase media, y en ella hace referencia a un mundo burgués, moderno y pícaro.

1930/1950: los orígenes de un cambio.

Buenos Aires aún mantenía su perfil francés, cuando al finalizar la década del '20 llega a la Argentina **Le Corbusier**, y con él la preocupación por la dignidad funcional y la estética de los productos. Así, jóvenes arquitectos y artistas comienzan una nueva etapa en la historia del diseño en el país, cuya consolidación está hermanada con las corrientes del *Arte Concreto*.



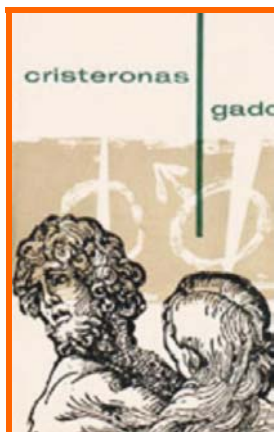
Maldonado – revista Arturo

Es en 1944, que se publica *Arturo*, revista de artes abstractas, factor desencadenante de la vanguardia en el arte y en el diseño gráfico argentinos. La revista cumple un rol primordial, rompe violentamente con todo lo anterior, acercándonos a las teorías y prácticas proyectuales de los constructivistas y suprematistas rusos, del *Bauhaus* y del grupo *De Stijl*.

En 1948 se producen dos nuevos acontecimientos para el desarrollo de esta historia: la exposición *Nuevas Realidades*, *Arte abstracto, concreto no figurativo* en la Galería Van Riel, y la aparición de la revista *Ciclo*, de arte, literatura y pensamientos modernos.

Tomás Maldonado, pionero del proyecto moderno.

Diseñar implica objetivar, transformar cosas en objetos, es decidir con las técnicas científicas. El punto de partida del diseñador debe ser el «propósito» del objeto a ser proyectado; nace de la planificación, de la comprensión e interacción entre producto y ambiente.



Tomás Gonda



En su opinión los diseñadores deben poseer los conocimientos tecnológicos y científicos necesarios para colaborar con la industria moderna, y deben ser conscientes de las implicancias culturales y sociales de su trabajo. Además, con respecto a su tarea expresa que se acerca al mejor resultado, dentro de una cultura determinada y en un orden social específico.
Y resalta que:



C. Fracchia - L. Gigli -
R. Iglesia / 1962

1980: un diseño renovador y dinámico

El primer hecho significativo se da en 1961, cuando el empresario **Guido Di Tella**, convoca al arquitecto Poyard para crear una agencia que atienda la publicidad de Siam; así nace Agens. Durante los dos primeros años, la agencia trabaja con artistas como Rómulo Macció, Rogelio Polesello, Pérez Céliz y Luis Wells.
En 1963 el arquitecto Méndez Mosquera asume la reorganización de Agens, etapa que se traduce en trabajos de gran nivel profesional realizados por Guillermo González Ruiz y Ronald Shakespear. En ese mismo año, con epicentro en la calle Florida al 940, se crea el Centro de Artes Visuales del Instituto Di Tella, bajo la dirección de Jorge Romero Brest. El Departamento de Diseño Gráfico del ITDT es dirigido por Juan Carlos Distéfano, quien conoce a Guido Di Tella al obtener el premio de un concurso de afiches para le empresa Siam; poco después se le encarga el afiche y el catálogo de la primer muestra del Instituto.



E. Giménez - ITDT / 1963

La labor del **Departamento de Diseño Gráfico del ITDT** se conforma con los trabajos de Humberto Rivas, Roberto Alvarado, Juan Andralis, Rubén Fontana, Norberto Coppola, Carlos Soler. Paralelamente a la labor gráfica que emerge del Departamento de Diseño del ITDI, el diseño renovador y dinámico que caracteriza a las décadas del '60 y '70 se conforma con la labor de agencias de publicidad como Prelooker, Gowland Publicidad, Cícero Publicidad, Ricardo de Luca; y diseñadores gráficos independientes como Raúl Shakespear, Eduardo Cánovas, Edgardo Giménez y Luis Wells,

*El diseño es un proceso,
nunca encontraremos la solución última y perfecta*

entre otros.

La figura de Edgardo Giménez, es fundamental en esta etapa de la gráfica argentina.

Otras de las figuras más significativas de este período son Ronald y Raúl Shakespeare, y Guillermo González Ruiz. A partir de 1971 Ronald Shakespeare y Guillermo González Ruiz, conforman el equipo de diseño de la Municipalidad de la Ciudad de Buenos Aires, diseñando el sistema de señalización urbana de la ciudad.

En 1974, «los» Shakespear realizan el sistema de señalización pictográfico del Centro Materno Infantil del Hospital Durand. En 1976 las autoridades municipales deciden adoptarlo para el Plan de Remodelación de Hospitales.

Shakeaspear / 1964
Afiche obra "Hamlet"

Las décadas del '60 y '70 traen consigo libertad y desenfado, rompen con lo estático; la del '80 nos reorganiza a partir de una mayor difusión de la disciplina, ya como carrera profesional y consolida a los grandes estudios¹³

Ver cuadro en Anexo 11.2

¹³ <http://www.fadu.uba.ar/catedras/gavito/expo/argentina/argentina.htm>

Capítulo 6

La carrera de Diseñador Gráfico.

La investigación se ha centrado en los Institutos de Enseñanza de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y la provincia de Buenos Aires.

6.1 Su evolución.

6.1.1 Análisis a escala internacional

La Bauhaus estableció principios que sirvieron para la enseñanza del diseño Gráfico y que todavía están en vigencia.

La visión de la *Bauhaus* por **Félix Beltrán**¹

La fundación de esta escuela coincidió con la crisis económica que afectó a una Alemania vencida después de la Primera Guerra Mundial. Si bien sólo la industria podía promover la activación económica, también se la veía como la causa de la guerra y su subsiguiente desastre. Por lo que se la transformó en una fuerza constructiva, que unía el arte y las artesanías con la producción económica como lo había sido hasta la revolución industrial. Esto era un incentivo para los alemanes hacia el cambio y el progreso.

El objetivo de la Bauhaus era el acercamiento de la producción artística e industrial, para crear prototi-

pos que el proceso industrial pudiera producir masivamente.

Se esperaba que el arte estuviera presente en todas las actividades y circunstancias diarias; el arte produciría objetos útiles, idénticos para todos y perfectamente funcionales, de manera que la sociedad pudiera ser consciente de su unidad y de su compromiso hacia un esfuerzo común en el futuro.

En la escuela el artista se especializaba en el proceso industrial, era esencial tener normas para lograr la unidad en los hábitos de una sociedad y para incorporar al individuo en un orden colectivo.

*Johanes Itten centraba su método de enseñanza en la exaltación de los talentos individuales del estudiante y en sus capacidades potenciales.**

Su método se refiere a los tres modos de considerar la forma y el color: en términos de cantidad y calidad, en cómo son reconocidos por los sentidos y de cómo son percibidos por el intelecto y las emociones, su didáctica incluía el estudio meticuloso del mundo natural y el análisis de las propiedades de los diferentes materiales.

La didáctica de Josef Albers estaba orientada hacia el estudio de técnicas, para descubrir las fuerzas internas y las posibilidades prácticas de los materiales para producir estructuras más impersonales.

Decía que un trabajo era bueno cuando no sobraba nada (sentido de la economía)¹⁴

* la diseñadora Mariela Rizzo coincide con esta postura. En una entrevista realizada vía mail a la pregunta: ¿Considera necesaria alguna modificación en los programas de estudio de la carrera? respondió:

(...) creo que nos haría falta una escuela tipo Bauhaus, donde todos aprendan de todo pero que cada uno vaya desarrollando sus propias habilidades.

La escuela de diseño **Bauhaus** introdujo una **nueva manera de enseñar el diseño, considerada superior**, que hasta ese momento estaba basada en las Bellas Artes.¹⁵

¹⁴ Autores varios, (2001): *Ensayos sobre diseño. Diseñadores influyentes de la AGI*. Buenos Aires. Ediciones Infinito.

¹⁵ Frascara, Jorge (1997): *Diseño para la gente*, Ediciones Infinito, Buenos Aires. 2000²

Al introducir teorías en cuanto a percepción y color, proporcionó a los diseñadores y educadores **herramientas** para la defensa de los conceptos y soluciones visuales frente a clientes y críticos.

Pero existen importantes aspectos que no son tenidos en cuenta por esta escuela, y son los siguientes: el diseño está ligado a la comunicación, por lo que además de los conocimientos sobre la percepción necesita aprender de distintas dimensiones que afecten la conducta humana en forma individual y social (identidad, territorialidad, status, etc)

La mayoría de los planes de estudio están basados en la habilidad de visualizar, los aspectos formales y las técnicas manuales; cuya participación en el diseño es innegable, pero que limita el desarrollo intelectual y cognitivo de los estudiantes.

Si el Diseño en Comunicación Visual quiere ser reconocido y valorado como profesión, debe lograr una base de información y conocimiento de la disciplina, basada en la investigación.

Los programas de estudio deben extenderse e integrar asignaturas del área cognitiva, introduciendo a los estudiantes en la metodología de la investigación y en factores humanos, sociales y ambientales.

Muchas de las ideas de la *Bauhaus*, que se señalan de internacionales, en realidad son producto de un grupo reducido de diseñadores norteamericanos de los años '30, que aprovechó los fundamentos teóricos de la escuela alemana y la simbología que representaba al tener que huir del nazismo.

La *Bauhaus* benefició a la disciplina en cuanto provocó su separación de la Publicidad, cambió su denominación, de arte comercial a Diseño, y aumentó su autoestima y prestigio. Hasta los años '60 este modelo funcionó, pero en la actualidad se necesita otro perfil de disciplina, se requiere un diseño intelectual y atento a diferentes contextos.

Esta escuela preparaba a los estudiantes para una práctica vocacional, ni más ni menos. Su filosofía educacional sólo promovía la académico si afectaba a las técnicas, los procesos o los materiales. El anti- intelectualismo se originó a principios de siglo en Alemania, entre la nobleza terrateniente y los militares, - en defensa de los valores germánicos- y permaneció de moda por 40 años. La intelectualidad era conside-

rada entretenimiento de ricos y aristócratas. Durante la dictadura de Hitler resurgió como una demostración en contra de la industrialización y del paso del campo a la ciudad.

Diseñó todo un estilo de vida para los obreros, dando por sentado su aprobación. Su enfoque funcional que sólo trató la tecnología de la manufactura y nunca los problemas de la ecología o la complejidad de la vida en Alemania, lo llevó a la suposición de que todo alemán tenía las mismas aspiraciones y estilo de vida. **Ignoró tradiciones culturales comunes y, en ausencia de una perspectiva cultural populista, desarrolló un modelo educativo fuera de la experiencia comunicacional de la mayoría; por lo que no pudo ser decodificado por aquellos a los cuales estaba dirigido.** Esta situación demuestra su visión incompleta, que no alcanza a satisfacer las necesidades del diseño actual.

Consideró a la forma visual como una escritura universal. En el mismo orden de ideas, la palabra Gráfico se utilizó para referirse tanto a la escritura como al dibujo, y utilizaron la *Psicología de la Gestalt* para aportar una racionalidad científica al lenguaje de la visión, sus principios han sido desde entonces una fuente teórica dominante en la enseñanza básica del diseño.

La forma estructural que dominó el arte y el diseño de la *Bauhaus* fue la retícula, la cual articula el espacio según un tramado de oposiciones: vertical y horizontal, arriba y abajo, ortogonal y diagonal, e izquierda y derecha. Otra oposición implicada en la retícula está entre la continuidad y la discontinuidad.

La *Psicología de la Gestalt*, fundamental para la teoría moderna del diseño, promovió una ideología de la visión como facultad autónoma y racional, mostrando los modos en que una figura emerge sobre un fondo neutro que se le subordina como condición necesaria pero invisible de la percepción.

La pedagogía del diseño *Moderno* es la disposición repetitiva de una colección de signos según determinadas reglas de combinación. La tarea predominante de la teoría moderna del diseño ha sido organizar los elementos geométricos y tipográficos en relación con oposiciones formales tales como ortogonal / diagonal, estático / dinámico, figura / fondo, lineal / plano o regular / irregular.

La *Bauhaus* de Chicago: se le dió un tono intelectual a través de publicaciones, pero no sucedía lo mismo en las aulas. Después de 1945, especialmente en escuelas estatales se produjo un importante cambio de programas de estudio.

Estos no le otorgan importancia a la investigación y enfatizan la importancia de los talleres.

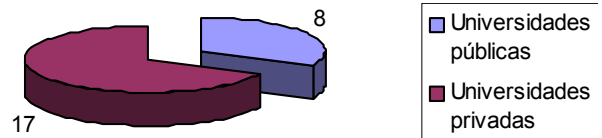
La disciplina difícilmente pueda evolucionar en ausencia de una reformulación de los contenidos de la formación profesional.

6.1.2. Análisis histórico de la formación profesional en Argentina.

El proyecto de crear la carrera de Diseño comienza a esbozarse en 1958 en la ciudad de Mendoza. En 1962 se concreta esta idea en la Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza fue cuna de la primera carrera de Diseño Gráfico del país.

Luego vendría, a comienzos de los 60, la de Diseño en Comunicación Visual en la Universidad Nacional de La Plata, y la de la Universidad de Buenos Aires en 1985. A partir de entonces la aparición de centros académicos e instituciones de formación de diseño, han ido ampliando las posibilidades de estudio en la República Argentina.

Universidades en el ámbito nacional



Capítulo 7

Establecimientos de Enseñanza en Argentina.

Una profesión que no se inserta en su contexto de manera natural, está condenada a desaparecer. Por lo que deberá entonces dar señales claras de incumbencias y aptitudes, trabajando desde la base en la formación de profesionales capaces de interactuar con otras disciplinas desde un espacio propio¹⁶.

La educación cumple un rol fundamental en este proceso, **ya que no se puede entender lo que se desconoce.**

¹⁶ <http://www.adg.org.ar/>

La cantidad de instituciones educativas donde se imparte la carrera de Diseño Gráfico, alcanza el total de veinticinco, de las cuales diecisiete son privadas y las restantes públicas

En nuestro país no existe unanimidad de criterio respecto al encuadre de la Carrera de Diseño Gráfico, ya que forma parte de distintas facultades: Arquitectura, Ciencias de la Comunicación, Arte, etc.

Del total de instituciones privadas a escala nacional, el 29% pertenece a la Facultad de Arquitectura, el 35% a Ciencias de la Comunicación, el 17% a Diseño, el 17% a Ciencias de la Educación, el 17% a Informática, el 17% a Ciencias Sociales y el 17% a Humanidades.

Del total de instituciones públicas en el ámbito nacional, el 50% pertenece a la Facultad de Arquitectura, el 37% a Facultad de Artes, el 8 % a Enseñanza Técnico Instrumental

7.1. Universidades privadas

Ubicación geográfica	Universidad	Facultad	Título	Duración
Ciudad de Buenos Aires	Abierta Interamericana	Comunicación Social	Licenciado en Diseño Gráfico	4 años
Ciudad de Buenos Aires	Argentina J. F. Kennedy	Diseño Gráfico	Licenciado en Diseño Gráfico	4 años
Ciudad de Buenos Aires	Belgrano	Arquitectura	Licenciado en Diseño Gráfico	4 años
Ciudad de Buenos Aires	Ciencias Empresariales y Sociales	Comunicación Social	Diseñador Gráfico	4 años
Ciudad de Buenos Aires	Cine	Ciencias de la Comunicación	Licenciado en Diseño Gráfico	4 años y medio
Ciudad de Buenos Aires	Flores	Planeamiento Socioambiental	Diseñador Gráfico	3 años
Ciudad de Buenos Aires	Palermo	Diseño y Comunicación	Diseñador Gráfico	4 años
Córdoba	Blas Pascal	Ciencias del Ambiente	Licenciado en Diseño Gráfico	4 años
Córdoba	Siglo 21	Arquitectura	Diseñador Gráfico y Publicitario	3 años
			Licenciado en Diseño Gráfico	5 años
La Plata	Católica de La Plata	Arquitectura	Licenciado en Diseño Gráfico	4 años
La Plata	Católica de La Plata	Arquitectura	Licenciado en Diseño Gráfico	4 años
Mendoza	Aconcagua	Ciencias Sociales y Administrativas	Licenciado en Diseño Gráfico	4 años
Mendoza	Champagnat	Informática	Diseñador Gráfico	3 años
			Licenciado en Diseño Asistido	4 años
Santa Fe	Católica de Santa Fe	Arquitectura	Auxiliar Universitario en Diseño	2 años
Santiago del Estero	Católica de San	Ciencias de la	Diseñador	6 años

7.2. Universidades públicas

Ubicación geográfica	Universidad	Facultad	Título	Duración
Buenos Aires	Nacional de la Plata	Bellas Artes	Diseñador Comunicación Visual	5 años
Ciudad de Buenos Aires	UBA	Arquitectura	Diseñador Gráfico	CBC + 3 años
Chaco	Nacional Nordeste	Arquitectura	Diseñador Gráfico en Comunicación Visual	4 años
Mendoza	Nacional Cuyo	Artes/Proyectos de Diseño	Diseñador Industrial especializado en Gráfica	5 años

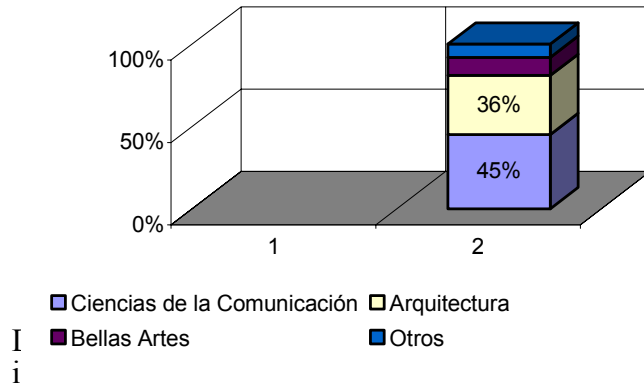
Capítulo 8

Establecimientos de enseñanza en Buenos Aires

8.1 Análisis de la clasificación de la carrera en las universidades de Buenos Aires.

Del total de las Universidades de la Ciudad Autónoma y la Provincia de Buenos Aires (once) en que imparte la carrera, el 45% la encuadra dentro de Ciencias de la Comunicación, el 36% en Arquitectura, el 11% en Bellas Artes y el resto en Diseño Gráfico.

Encuadre de la carrera



Distintos enfoques del plan de estudios

8.2 Universidades privadas

Universidad	Énfasis en
Argentina de La Empresa	Empresa,

Universidad	Facultad	Título
Abierta Interamericana	Comunicación Social	Licenciado en Diseño Gráfico
Argentina de la Empresa	Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Comunicación	Licenciado en Diseño Gráfico
Argentina John Kennedy	Diseño Gráfico	Licenciado en Diseño Gráfico
Belgrano	Arquitectura y Urbanismo	Licenciado en Diseño Gráfico
Católica de La Plata	Arquitectura	Técnico en Diseño Gráfico

8.3. Universidades públicas

Universidad	Facultad	Título
UBA	Arquitectura, Diseño y Urbanismo	Diseñador Gráfico
Nacional de La Plata	Bellas Artes	Diseñador en Comunicación Visual

Capítulo 9

Diseño Gráfico en la Universidad Abierta Interamericana.

9.1. Ingreso a la carrera.

Para el ingreso a la carrera se debe aprobar un Curso de Comunicación Oral y Escrita; en el cual se abordan temáticas específicas y actividades comprendidas en el marco de la orientación vocacional ocupacional. Sus contenidos se refieren a la comprensión de textos y procedimientos lógicos de razonamiento.

Dicho curso es común a todas las carreras de la universidad, por lo que no tiene en cuenta los contenidos específicos del Diseño Gráfico.

Según la opinión de la coordinadora de la carrera, la DG Gabriela Friedman, esta orientación preingreso

(...) es incompleta, ya que carece de la parte proyectual y metodológica que es inherente al cam-

Ya que en las carreras de Medicina, Kinesiología, Ingeniería en Sistemas Informáticos y Musicoterapia poseen el requisito adicional la aprobación de materias específicas, sería conveniente establecer el mismo régimen para el ingreso a Diseño Gráfico; teniendo en cuenta que ciertas falencias que se acumulan de la educación secundaria son muy difíciles de nivelar una vez iniciada la carrera, y, además serviría como una manera de facilitar la comprensión y desarrollo posterior de las materias del plan académico.

9.2 Objetivos

El futuro egresado de la Licenciatura en Diseño Gráfico deberá alcanzar estas competencias:

- a) Conocimiento de los principios científicos, técnicos, estéticos, psicológicos, motivacionales éticos y filosóficos que fundamenten y determinen la capacidad de generar productos, instrumentos y sistemas que vehiculen procesos comunicacionales, tanto de información, como de identificación y/o persuasión.
- b) Conocimiento de las teorías sustentantes del Diseño Gráfico, en cuanto disciplina incorporada al universo totalizador del Diseño como actividad proyectual, en la cual se procesan y sintetizan en términos de forma los factores sociales, culturales, tecnológicos y ambientales que hacen a la función del habitar.
- c) Capacidad para el manejo metodológico y sistemático de los conceptos, técnicas e instrumentos inherentes a la práctica proyectual en relación a los

- procesos de abstracción y de simbolización inherentes al fenómeno de la comunicación visual.
- d) Capacidad de generar situaciones de interacción entre la imaginación y a lógica, componentes caracterizantes del pensamiento visual y proyectual.
 - e) Capacidad para observar, reflexionar e interpretar procesos de transformación y cambio, particularmente con relación a los medios de comunicación de masas y a las innovaciones tecnológicas.
 - f) Capacidad para la lectura crítica de la realidad nacional y extranacional con sentido prospectivo, y para la acción que contribuya al desarrollo y enriquecimiento de la cultura, y en particular a la preservación visual del contexto.
 - g) Conocimiento de la investigación y sus métodos y de su transferencia y aplicación al campo del Diseño Gráfico.
 - h) Conocimiento de la teoría y técnicas de la organización, administración y de la gestión económica y financiera de las empresas.
- Capacidad para aplicarlo a las empresas de Diseño Gráfico.

9.3. Perfil del egresado.

Los egresados serán competentes para:

- a) Comunicar visualmente informaciones, hechos, ideas y valores mediante la actividad proyectual.
- b) Indagar en el mundo perceptivo del hombre y en el contexto socio-cultural en que actúa, acerca de las formas visuales para poder intervenir en la docencia y la investigación en Diseño Gráfico.
- c) Desarrollar tareas de asesoramiento, gestión y acción de diseño en las diversas áreas de diseño en las diversas áreas de competencia del Diseño Gráfico:
 - Gráfica de productos editoriales, como de muestras y exposiciones.
 - Elementos standard gráficos, como por ejemplo caracteres tipográficos, simbología o sistemas de señalética arquitectónica, vial o industrial.
 - Proyección de programas de planificación visual urbana y de estrategias de bienes y servicios.
 - Gráfica institucional para organismos y empresas estatales y privadas.
- d) Asumir tareas de asesoramiento gestión y proyección visual multimedial, tanto en la gráfica y la escenografía televisiva, como en la edición interactiva y de hipertexto en archivo de datos y banco imágenes.

- e) Intervenir en acciones conjuntas integrando grupos interdisciplinarios, teniendo en cuenta la necesidad de una concepción totalizadora de los problemas como también de una actitud versátil frente a la rápida evolución tecnológica.
- f) Tomar parte en la organización, administración y gestión económica y financiera de empresas de Diseño Gráfico.

9.4. Contenidos.

Ciencias del lenguaje
Taller de Dibujo
Fotografía y Laboratorio
Medios de Comunicación
Pensamiento Creativo
Semiología del Objeto y del Espacio
Filosofía
Taller de Diseño Editorial
Ética y Legislación
Comunicación y Visión
Tecnología Gráfica
Sociología
Taller de Informática
Inglés
Recursos Expresivos
Taller de Diseño de Comunicación Visual I
Tipografía
Panorama Histórico, Económico y Social del Arte
Psicología
Taller de Diseño de Comunicación Visual
Práctica Profesional I

Título intermedio: Diseñador Gráfico

Cuarto año:

Se estudian asignaturas concernientes a la organización de la empresa, Diseño orientado a distintas áreas, como Publicitario; Cine, TV y Video, etc.

Taller de Diseño Gráfico Publicitario
Gestión Económica y Financiera de la Empresa

Taller de Diseño para la Educación
Investigación Aplicada al Diseño
Psicología de la Motivación
Organización y Administración de Empresas
Packaging
La Investigación y sus Métodos
Taller de Diseño Gráfico en Cine, TV y Video
Práctica Profesional Pasantías II
Trabajo Final de Tesis*

En el año 2004 se modificará el plan de estudios de la carrera, al respecto la DG Gabriela Friedman, señala:

(...) A mediados del año que viene se van a agregar más talleres de diseño, se van a sacar prácticas profesionales que para lo que es el medio local no tiene mucho sentido, porque estamos en un mercado recesivo, con menos estudio de diseño y con menos empresas que puedan captar pasantes. Se va a tener que cambiar la modalidad; vamos a acortar la duración de algunas materias y ampliar el número de talleres de diseño..

Capítulo 10

Métodos de Enseñanza del Diseño Gráfico.

10.1 Información, técnicas y tecnología

El DG Diego Mesa expresa respecto de la información:

10.1.1 Información:

(...)Creo que la universidad debe estar al tanto del adelanto tecnológico y para ello hemos utilizado la alternativa de contratar docentes que desde su oficio profesional llevan este conocimiento a la academia. También se diseñan permanentemente cursos de formación continuada que actualizan conocimientos y profesionalizan la visión del egresado.

Pero, al mismo tiempo, y en este punto es que me alejo del sentido de su pregunta, no creo que la información en la actualidad sea más compleja. Que sea mucha más información y que circula con mayor velocidad no lo puedo negar, pero antes que compleja, creo que el sentido de "información" está diluido en la superficialidad de los contenidos que ella transfiere o transmite.

Basta con mirar la cantidad de basura sin respaldo que se puede encontrar en la red de Internet, la proliferación de mensajes con "tips" que genera vulgarmente la publicidad en múltiples medios, la pauperización de los informativos (noticieros) en la T.V., la velocidad de consumo para los productos y las modas, todo parece ser como una pobre canción de Michael Jackson, que se pone de moda un mes y al que la cante luego estará por siempre out.

u
e **Propuesta vía e-mail**

de tener diferentes significados de acuerdo a la disciplina que la emplee. Para el Diseño Gráfico tiene simultáneamente tres significados: conocimiento, señal y significado; y cuando el diseñador determina como va a construir el mensaje la está tomando como un elemento de persuasión y percepción.¹⁷

Estamos viviendo la era de la sobreinformación.

Como una gran cantidad de datos están a nuestro alcance, podríamos inferir que por este hecho, hemos adquirido más sabiduría, pero no es así, ya que no se pueden procesar inteligentemente toda esa cantidad de datos.

¹⁷ Viggiano, Eduardo (2000): *El diseño y la actitud*, Buenos Aires, Área Ediciones.

Una profesión especializada en la comunicación visual, debería estar posicionada al centro de esta revolución de la información. Esos datos necesitan ser procesados.

La pregunta es: ¿cómo podemos convertir todos estos datos en información, y la información en comunicación significativa? ¿Cómo los diseñadores pueden ayudar a convertir el conocimiento en sabiduría? Puede ser que dentro de un mundo de datos abstractos generados tecnológicamente, los puntos de vista de los diseñadores y su interpretación puedan ser los elementos humanizadores que le den sentido significativo a los datos abstractos para hacerlos útiles, comprensibles y atractivos a los ~~Diferentes públicos~~ los más jóvenes, que aprenden muy fácilmente el manejo de la tecnología informática, pero solo hacen uso de los programas y acceden a la información, pero no saben elaborarla.

10.1.2 **Técnica:**

El diccionario la define como el *conjunto de procedimientos de que se sirve una ciencia o arte.*

Para estudiar una técnica es preciso tener una idea global del proceso que se está llevando a cabo; y una manera de analizar ese proceso es teniendo en cuenta quién lo hace, cómo lo hace y con qué lo hace, en el caso de las técnicas de representación es importante tener en cuenta qué; a quién y cómo se dice el mensaje a comunicar.

En diseño se enseñan las técnicas de representación de mensajes visuales, teniendo en cuenta la psicología de la *Gestalt*, principios de organización en el plano, la teoría del color, etc

Desde un punto de vista comunicacional el diseño puede enseñarse sin recurrir a la tecnología informática.

10.1.3 **Tecnología:**

Es el conjunto de los conocimientos propios de una técnica.

Estudia las técnicas a fin de mejorarlas. Erróneamente se utiliza el término en alusión a la tecnología informática.

10.2 El pensamiento complejo o crítico. Definición.

Hoy, ser egresado no es terminar una etapa de didactismo formador.

Es iniciar una nueva actitud autodidacta, abierta, interrogativa, descubridora, ilimitada y globalizadora

Nuestra cultura mosaica es el subproducto de los medios de difusión de masas. Una cultura reduccionista, homogeneizante, superficial, disgregadora, aleatoria y sin estructura. Esta cultura yuxtapone los superespecialistas, que son piezas del mosaico, separadas, aisladas en sus pequeños límites cerrados. La superespecialización no es extensiva. No ve el contexto, lo general, ignora el todo, desconoce lo esencial y las relaciones ocultas que existen entre las cosas.

La reforma del pensamiento se opone a esta cultura fragmentaria y pobre. Contra ella, la misión del didactismo consiste en estimular el autodidactismo.

Nuestra misión consiste ahora en anudar y reanudar los saberes adquiridos, descubrir y relacionar los nuevos conocimientos desde una visión universalista.

o
sta, comunicólogo español^{18 2}

Vivimos una época de profundos cambios. Estos cambios se manifiestan en diferentes ámbitos de nuestra vida cotidiana, como en el clima del planeta, en la conformación de bloques económicos, en las posibilidades de acceso y uso de la información, en las normas y valores en la sociedad. La vigencia de los conocimientos y de los patrones de conducta es cada vez más reducida. ¿Qué hacen las instituciones educativas para responder a los cambios? ¿Cómo pueden los docentes estar preparados para educar para los cambios? ¿Cuáles son los contenidos de la educación para preparar al individuo que vivirá en el futuro? Los elementos de lo que se conoce como paradigma de la complejidad, investigación social de segundo orden, constructivismo, etc., podrán ayudar a estructurar respuestas pertinentes a esos problemas.

¹⁸ <http://www.uesiglo21.edu.ar/sintesiscolacion>

Edgar Morin¹⁹ define el pensamiento complejo...

(...) es ante todo un pensamiento que relaciona. Es el significado más cercano del término complexus (lo que está tejido en conjunto). Esto quiere decir que en oposición al modo de pensar tradicional, que divide el campo de los conocimientos en disciplinas atrincheradas y clasificadas, el pensamiento complejo es un modo de religación. Religar significa volver a atar o ceñir más estrechamente una cosa. Está pues contra el aislamiento de los objetos de conocimiento; reponiéndoles en su contexto, y de ser posible en la globalidad a la que pertenecen. Mientras que el pensamiento simplificador desintegra la complejidad, el pensamiento complejo integra todos los elementos que puedan aportar orden, claridad, distinción, precisión en el conocimiento, pero rechaza las consecuencias mutilantes, reduccionistas, unidimensionalizantes que puede producir una simplificación abusiva. Porque ésta oculta las interacciones, los vínculos, las interferencias que hay en la vida real.

Se trata de ejercitarse en un pensamiento capaz de tratar, de dialogar, de negociar, con lo real.

Si la complejidad no es la clave del mundo, sino un desafío a afrontar, el pensamiento complejo no es aquél que evita o suprime el desafío, sino aquél que

El pensamiento crítico o complejo es un pensamiento que relaciona. Su procedimiento capacita para procesar información, y se compone de diversas etapas: comenzando por la mera percepción del objeto o estímulo, para luego elevarse al nivel en que el individuo es capaz de discernir si existe un problema, cuando se presenta éste y proyectar su solución. Permite aprender, comprender, practicar y aplicar nueva información. A través de la enseñanza del pensamiento complejo se adquieren las destrezas necesarias para utilizar eficientemente la enorme cantidad de contenidos que se reciben en esta “era de la información” y proporciona las herramientas necesarias para enfrentar un mundo en cambio constante.

¹⁹ Morin, Edgar (1996): En *El pensamiento complejo contra el pensamiento único*, entrevista realizada por Nelson Vallejo Gómez, en *Sociología y Política*, México, Nueva época, año IV, número 8.

10. 2. 1 Aplicación del pensamiento complejo

Aprender el concepto de diseño Web:

1º- Recopilar información sobre el medio: consulta en textos, personas con conocimiento del tema, etc.- no se incluye la información para no extender en demasía el tema-

2º - Analizar la información a escala literal: recordar-identificar detalles-nombrar-identificar, discriminar, observar, percibir...

3º - Resumir / sintetizar; clasificar, comparar / contrastar, inferir, a partir de lo cual se confeccionó el siguiente cuadro:

Elementos Co-munes	Elementos particulares	Limitaciones
Problema comunicacional	Acceso no lineal de la información	Flias tipográficas
Resolución del problema De acuerdo con target y contexto	Actualización permanente del objeto comunicacional	Paleta de colores
Criterios comunicacionales y formales	Combinación de lo estático con lo dinámico	Formato de imágenes
Necesidad de conocer al usuario, para saber sus necesidades	Multimedia: cd's interactivos, animaciones, efectos especiales, touch screens y web tv	Sin control de la apariencia final de la pieza comunicacional
	Interactividad: links y personalización de las páginas.	-Tamaño de los monitores -Exploradores -Sistema operativo
	Acceso no lineal a la información	
	diseña la estructuración de navegación del sitio y lay-out, (proceso), porque el usuario puede modificar la pieza comunicacional	

M
 mediante el cuadro se establecieron cuáles son las semejanzas, diferencias, ventajas y limitaciones con respecto al diseño gráfico, -incorporado con anterioridad-.

4º - Planificar distintas soluciones del problema comunicacional teniendo en cuenta todo lo aprendido en las otras áreas del diseño.

5º - Generalizar, aplicar las técnicas formales de representación, -teorías del color, tipografías, composición del plano, etc.- que se emplearon en el medio gráfico al digital.

6º - Estructurar la información de acuerdo al perfil del usuario

7º - Evaluar los resultados de la solución empleada, y corregir errores.

Conclusión: lo importante es entender el concepto, e internalizar el proceso de pensamiento. Cuanto más se ejercite, más rápido se incorpora y facilita la resolución de los problemas o la incorporación y/o comprensión de nuevos conocimientos.

10.3 La comunicación. Modelos. La comunicación en la enseñanza

La teoría de la información extrapola el modelo de las ciencias exactas al campo de la comunicación. A través del tiempo se realizaron modificaciones al primer esquema lineal de Shannon y Weaver, hasta llegar al circuito circular completo de Wiener²⁰

La característica de este modelo es la incorporación del concepto de *retroalimentación* y se le incorpora un canal para su comunicación. Esta estructura es incompleta, según la perspectiva de Frascara²¹ y Viggiano²², se completa con el contenido del mensaje y el contexto.

²⁰ Wiener N. (1948): *Cybernetics*. París, Hermann.

²¹ Frascara, Jorge (1997): *Diseño para la gente*. Ediciones Infinito. Buenos Aires. 2000²

²² Viggiano, Eduardo (2000): *El diseño y la actitud*, Buenos Aires, Área Ediciones.

Si no se tiene en cuenta el contenido del mensaje, se puede estar hablando de transmisión, pero no de comunicación.²³

Si este razonamiento lo llevamos al campo de la enseñanza, se debería dar mayor importancia a los contenidos y a quién los imparte, que a los métodos.

En la actualidad, la tarea de enseñar no es tarea fácil, requiere mucha dedicación, creatividad y paciencia para enfrentar y tratar de cambiar la actitud apática generalizada de los estudiantes

Según Daniel Prieto Castillo²⁴

Lo comunicacional en el hecho educativo se relaciona con la comunicación con mi propio ser, con mi pasado, con las interacciones presentes y con el futuro

La comunicación es un acto entre dos o más personas, que requiere la interacción de las mismas. En el desarrollo de las clases, el aporte personal del docente y de los alumnos, enriquece el aprendizaje, porque un problema puede verse desde diversos puntos de vista y tomar caminos diferentes para solucionarlos. Pero este proceso tiene que estar acompañado por la apropiación de conocimientos teóricos, que brindarán un soporte para argumentar uno u otro camino a tomar.

En cuanto a los conocimientos, es importante la diversidad de autores, para tener una perspectiva más amplia sobre un tema, y poder luego concluir en una, en la otra, o en una combinación de ambas, que enriquece el conocimiento.

Si se interactúa, se infunde el respeto por uno mismo y por el otro, se aprende a defender el propio trabajo con corrección y argumentos válidos, se estará entrenado para una futura relación laboral; a la vez que se desarrollará la expresión verbal, tan necesaria para poder explicar un trabajo al comitente.

La actitud crítica también debe desarrollarse en el aula, mediante el ejercicio de la observación lo más objetiva posible del propio trabajo, y el de los demás, su evaluación y juicio.

Es conveniente desarrollar la expresión, recogiendo experiencias personales, arriesgando puntos de vista, entrevis-

²³ Viggiano, Eduardo (2000): op. cit.

²⁴ Prieto Castillo, Daniel (1999): *La comunicación en la educación*. Buenos Aires, Ediciones Ciccus, La Crujía.

tando, discutiendo con algún autor, empleando una manera de comunicar personal, comprometida.

Daniel Prieto Castillo²⁵ expresa:

Una situación de comunicación comprende las relaciones intrapersonales grupales, sociales en general, las circunstancias económica, políticas, culturales, el desarrollo de ciertas tecnologías, de ciertas formas de enfrentar y resolver los problemas de la naturaleza y la sociedad (...) Si en educación vamos del texto al contexto, -este no puede consistir en un mosaico de imágenes y

El contexto es nuestra principal fuente de aprendizaje.

La profesión del Diseñador Gráfico es comunicar, y comunicar, como se señaló anteriormente, incluye las relaciones con el contexto. Éste es un todo que necesita analizarse con un pensamiento complejo, porque todos los elementos se interrelacionan y la modificación de uno incide en el otro.

Por lo que se concluye que es imprescindible la comprensión del contexto en el cual vivimos y donde mayormente se va a ejercer la profesión.

En el transcurso de la carrera se puede ejercitar la contextualización, mediante el análisis de objetos de comunicación visibles, contemporáneos, y su relación con el entorno, con el diseñador, con la inferencia de cuál fue el proceso de diseño, y en posible investigar el proceso real y hacer la comparación entre el real y al cual se arribó.

10. 4 Métodos de enseñanza del Diseño

Pensamientos acerca de la educación en Diseño

Según **Santiago Pujol**^{26 3} de Cuba

²⁵Prieto Castillo, Daniel (1999): *La comunicación en la educación*, Buenos Aires, Ediciones Ciccus, La Crujía.

²⁶ Viggiano, Eduardo (compilador): s/d, *Ideas sobre Diseño*, Buenos Aires, CIDYC (Centro de Investigaciones en Diseño y Comunicación)

A los futuros diseñadores hay que prepararlos de modo que puedan trabajar individualmente y también en equipo. El trabajo en equipo es fundamental, sobre todo para tareas de gran envergadura. Y los equipos necesitan de una cabeza, de un diseñador-jefe que posea tanto la visión globalizada del enfoque de la tarea como el conocimiento de las habilidades de sus diseñadores-subordinados, además de una autoridad y don de organizar y dirigir, de gerenciar, que también debería entrenarse a lo largo de la carrera. También para propiciar una comunicación fluida con profesionales no-diseñadores deberá tener una formación general diversa, basada en códigos mínimos

Interactuará con psicólogos, mercadotécnicos, ergónomos, etc., y para poder comunicarse es preciso que, además de los conocimientos básicos sobre esas materias, posea un pensamiento superior, para poder analizar la información, en cuanto a su veracidad, relevancia y poder jerarquizar adecuadamente la misma; y que de este resumen se establezcan distintas relaciones y conclusiones, entre las cuales se elegirá la más adecuada de acuerdo al criterio del diseñador. Algunos consideran que esto es posible gracias a la hermenéutica, que es el arte de la interpretación, la lectura y la traducción de textos, es decir, que la interpretación hace posible la comprensión de los problemas de diseño; lo que a mi criterio resulta insuficiente, ya que no relaciona los distintos conocimientos, ni reflexiona sobre ellos y se corre el peligro de no tener en cuenta las interpretaciones particulares, que varían de acuerdo a los sujetos.

El pensamiento complejo o crítico es la clave para poder relacionarlas distintas disciplinas que convergen en el diseño.

La enseñanza del diseño tiene mucha influencia de la escuela de la *Bauhaus*, debido a que se consideró como una forma superior de estudiar el diseño. Pero de acuerdo a la visión de **Dietar Winkler**²⁷

²⁷ Autores varios, (2001): *Ensayos sobre diseño. Diseñadores influyentes de la AGI*, Buenos Aires, Ediciones Infinito.

(...) para los diseñadores gráficos, los restringidos principios de esta escuela para la investigación de la forma y el color crean un reconocible dilema. (...) diseñar bien quiere decir entender las complejas interacciones de contextos humanos en el ambiente comunicacional.; por lo que se infiere que se necesitan muchos más elementos para realizar eficazmente

L
a disciplina requiere conocimientos sobre la discriminación de valores, identidad, territorialidad, status, y toda otra dimensión que afecte o altere la conducta humana individual y social.

El diseño es comunicación, se ocupa de los procesos, pero cómo se ve afectado por los avances en la tecnología informática, al respecto Armin Hofmann²⁸

(...) una de las tareas más importantes de las escuelas consistirá en unir los métodos humanos con las condiciones indicadas por los nuevos medios tecnológicos. Esto significa que deben revisar entrenamiento artístico básico enfatizando una comprensión espiritual más profunda y refutando la tendencia actual hacia la objetivación. El entrenamiento básico adquiere una importancia de mayor valoración en las actuales condiciones alteradas, pero resulta bastante obvio que la sustancia del entrenamiento artístico básico se ha vuelto demasiado endeble para sostener la superestructura profesional más y más presente en el abordaje de los procesos tecnológicos.

Existen ejemplos por doquier: revistas en las que la relación entre la imagen, el texto y el color se pierde. Un exceso de color fundamentalmente determinado por la electrónica, repetitivo en su luminosidad uniforme y empleado como mero estimulante, una acumulación gratuitamente dispuesta de fotografías profesionales, instantáneas, fotografías científicas, etc, que ante la ausencia de un contexto significativo devalúa y vuelve trivial los hechos documentados

Son varios los factores que contribuyen al deplorable estado de nuestra cultura visual. Pero en una sociedad que ha llegado a confiar tanto en la información visual, las escuelas, desde la primaria hasta la universidad, tienen la responsabilidad de encontrar nuevas formas de comunicación que

²⁸ Autores varios, (2001): *Ensayos sobre diseño. Diseñadores influyentes de la AGI*, Buenos Aires, Ediciones Infinito.

Este autor da cuenta de los inconvenientes de la enseñanza de la disciplina, debido a una concepción de la educación donde se privilegia el pensamiento intelectual y pragmático y se descarta o minimiza la importancia del abordaje sensorial del pensamiento. Desde el inicio de la educación no se toma el pensamiento como una totalidad. A las materias artísticas no se les valora su flexibilidad como aporte para el aprendizaje de otros conocimientos; y no se toma en cuenta, tampoco, que el ser humano es un ser complejo, que también necesita desarrollarse en todas sus facetas, y que cada una de ellas actúa sobre la otra. Consecuentemente, cuanto más se explore y desarrolle sus potenciales, más fácilmente podrá incorporar conocimientos de cualquier área y habilidades tanto mentales como físicas. Armin Hofmann²⁹ afirma:

(...)Desde la escuela primaria en adelante, una clara línea demarcadora evita que las partes interconectadas e interdependientes aparezcan como una totalidad. La necesaria interacción entre el pensamiento funcional pragmático y el vivo cuestionamiento de verdades internas se interrumpe de esta manera.

(...) Sólo cuando el intelecto y la experiencia artística, la determinación y el ocio, la certeza y la intuición puedan interactuar como complementos habrá una plataforma sobre la cual poder desarrollar el comportamiento creativo.

Según el diseñador colombiano Diego Mesa^{30 4}

*Una buena estrategia educativa consiste en (...) romper el empirismo, y así integrar al diseñador en grupos interdisciplinarios, pero con **aportes desde la inteligencia del diseño** y no sólo desde la ejecución de las solicitudes del cliente o el empresario. Compatibilizar armónicamente las demandas sociales de producto, las intenciones industriales, comerciales y de producción de la empresa con el discurso de la estética y de la creación es la tarea que se propone esta estrategia de educación.*

²⁹ Autores varios, (2001): *Ensayos sobre diseño. Diseñadores influyentes de la AGI*, Buenos Aires, Ediciones Infinito.

³⁰ Viggiano, Eduardo (compilador): s/d, *Ideas sobre Diseño*, Buenos Aires, CIDYC (Centro de Investigaciones en Diseño y Comunicación)

Además, señala que(...) en Colombia, se introdujeron materias de administración y marketing, para preparar al futuro profesional para su inserción en la empresa (...). Se considera muy importante capacitar al alumno en las teorías de la cultura, su análisis e interpretación, la investigación de corte cualitativo ofrecida por la hermenéutica, para que alumnos y docentes sean capaces de proponer otra mirada y otra figuración a la sociedad de consumo y de uso del diseño

El método, según **Norberto Chaves**^{31 5},
(España):

(...) La calidad de la enseñanza no depende tanto del método o del plan pedagógico como de la calidad y riqueza de los conocimientos que se imparten, de la capacidad didáctica de los profesores y de la capacidad de aprendizaje y formación autodidáctica de los estudiantes.

(...) el auténtico problema de la enseñanza es cómo conseguir formar profesores y orientar vocacionalmente a los estudiantes.

Eduardo Viggiano^{32 6} respecto al tema señala: _

En la enseñanza del diseño se aplica una metodología rigurosa, rigurosa en el sentido de procesar analíticamente los elementos del diseño para conformar un resultado con gran poder de comunicación.

En cuanto a la estética:

(...) cuando en la enseñanza la influencia estética es preponderante se advierte que los alumnos adquieren una permeabilidad determinada que le permite apreciar diferentes posturas de creación, facultándolo para realizar diversas propuestas en la construcción de los mensajes, en especial en el plano connotativo.

³¹ Viggiano, Eduardo (compilador): s/d, *Ideas sobre Diseño*, Buenos Aires, CIDYC (Centro de Investigaciones en Diseño y Comunicación)

³² Viggiano, Eduard, op. cit.

Es interesante su postura respecto a los métodos, en su apreciación éstos no son malos en sí mismos, sino que lo que hace que ese método funcione o no es el criterio de quién lo imparte que tiene que considerar qué tomar y qué no, de acuerdo al contexto, al tiempo, al grupo al cual se dirige. Porque puede ser que un método sea excelente para una comunidad dada, en una época determinada y con un grupo de jóvenes de un país determinado, pero que no lo sea para otro, en situación semejante.

En la visión de **Alain Lequerne**,³³ diseñador francés:

(...) la necesidad de una formación técnica, pero antes o al lado de ésta se precisa de una formación artística y cultural, además de aprender cómo analizar lo que están mirando, como “abrir los ojos”, como pensar correctamente, como reconocer lo esencial de lo superficial.

Luego de la adquisición de la inteligencia básica la puede adaptar a la especialización que elija (...)

Steven Heller³⁴ respecto a la crítica del diseño expresa:

(...) Una profesión que no puede mantener críticos profesionales corre el peligro de mirarse perpetuamente el ombligo.

(...) lo cierto es que pocas instituciones de diseño- o ninguna preparan seriamente a sus alumnos para este tipo de análisis. – con referencia a la crítica del diseño gráfico.

(...) el discurso crítico en la literatura y el arte se desarrolla inicialmente en el terreno académico, a menudo como un complemento de la educación de posgrado, con periódicos y simposios como los medios principales.

(...) a diferencia de las Bellas Artes, que fundamentalmente tratan del formalismo, el diseño gráfico trata de la forma, la intención, la función y el contexto, y, por consiguiente, debe analizarse mediante una lente con gran angular.

³³ Viggiano, Eduardo, op. cit.

³⁴ Seller, Steven, (1999): *Criticando la crítica*, en Tipográfica, N° 39. Buenos Aires,(s/d)

Kathy McCoy, directora del programa de posgrado de la *Academis Cranbrook*, estimula a sus alumnos a explorar el proceso y el resultado de su trabajo, y afirma:

(...) lo que está en juego en diseño gráfico es igualmente importante que lo que se juega en la arquitectura. La información y la comunicación son el fundamento de nuestra economía y cultura, y estamos inmersos en ellas. De modo, pues, que tenemos el imperativo cultural de tomarnos seriamente de cualquier forma posible, es importante que los profesionales también asumamos periódicamente la auto-crítica y el diálogo.

El crítico es un intérprete, a veces aliado del creador y otras veces es un enemigo. El crítico puede analizar el trabajo del diseñador como si fuera el profesional y desde el receptor del mensaje, dándole mayor importancia al uso cultural y al significado, según **Ellen Lupton**:

(...) las limitaciones a las oportunidades de crítica del diseño gráfico en los medios de comunicación masivos llevan a una escasez aún mayor de críticos profesionales.

Eye, Print ID Y EL AIGA journal están facilitando las cosas para aquellos que desean publicar (..)

y permitiendo que se pueda abrir el espectro de crítica al diseño porque son diseñadores hablando de diseñadores, debería poder introducir un periodista.

La Universidad debe contribuir al crecimiento independiente del individuo y a una práctica libre. Las instituciones educativas proveen un espacio que necesita ser aprovechado para la investigación reflexiva y operativa.

El estudiante debe aprender a tomar decisiones y a actuar sin intentar evitar las tensiones que existen entre la libertad individual, el discurso de la disciplina y el interés público.

Si el estudiante adquiere la capacidad de análisis desde una actitud crítica, en el transcurso de su carrera, resultará ampliamente favorecido en el ejercicio futuro de la profesión.

Para cubrir las necesidades del diseñador actual su formación debería incentivar el desarrollo de una mirada particular de ver la realidad pasada y la actual. Necesita analizar y evaluar las distintas respuestas de diseño que funcionaron a través del tiempo; y de las presentes, relacionando el contenido del mensaje con el contexto y con el público al cual iba dirigido, la repercusión alcanzada, el porcentaje de acierto y de desacierto y sus porqués. A través de esta mirada se puede desarrollar un pensamiento analítico y reflexivo.

En torno al desarrollo de esta modalidad de pensar, transformamos la información en un conocimiento fructífero para poder construir y potenciar la utilización de modelos y referentes culturales indispensables en la práctica profesional del diseño.

11 Anexos

11.1. Entrevista y Encuestas

1- Encuesta realizada a alumnos de la carrera de Diseño Gráfico de la UAI

Encuesta

Nombre:.....

Edad:.....

Ocupación: Estudiante diseño Universidad pública
 Diseñador gráfico Universidad privada
 Docente Terciario

Egresado de Universidad pública
 Universidad privada
 Terciario

¿Cómo califica el nivel de formación del diseñador gráfico en las Universidades estatales? Muy Bueno
 Bueno
 Regular
 Malo
 No Sabe No Contesta

¿Cómo califica el nivel de formación del diseñador gráfico en las Universidades privadas? Muy Bueno
 Bueno
 Regular
 Malo
 No Sabe No Contesta

¿Cómo califica el nivel de formación del diseñador gráfico a nivel terciario? Muy Bueno
 Bueno
 Regular
 Malo
 No Sabe No Contesta

¿ud. está conforme con la formación profesional que ha recibido? Sí
 No, me faltó más formación teórica
 No, la tecnología fue insuficiente
 No, por tengo otras razones. ¿Cuáles?

¿Considera que la función del diseñador gráfico es: Crear
 Comunicar
 Ambas
 Otras ¿Cuáles?.....
 No Sabe No Contesta

¿Considera que la estimulación del pensamiento crítico en el alumno es importante? Sí
 No
 No Sabe No Contesta

Porqué?.....

¿Considera que se respetan valores éticos en el ejercicio de la profesión? Sí
 No
 algunas veces
 No Sabe No Contesta

¿Considera que se verifica el efecto de los mensajes (producto del diseñador) en el receptor? Sí
 No
 No Sabe No Contesta
 Muchas veces
 Pocas veces
 Siempre
 Nunca

De que forma?.....

¿Considera que los métodos de enseñanza actuales están acordes a los avances tecnológicos? Sí, están complementados
 No, los métodos de estudio deberían actualizarse
 No, la tecnología avanza demasiado rápido
 No Sabe No Contesta

DG Diego Mesa G, (Medellín, Colombia):

Director de la Universidad Medellín-Colombia; tecnólogo en Comportamiento Industrial (CEIPA- Medellín,1979); docente y coordinador del programa de diseño gráfico en la U.P.B.; docente y Asesor académico en la Colegiatura Colombiana de Diseño, 1986 a 2001.

Diseñador Gráfico independiente

1- ¿Cuál es el perfil del Diseñador Gráfico en su país? ¿Qué campo laboral tiene en la actualidad?

Como en muchas otras partes de Latinoamérica, el perfil del D.G. es bivalente. Se debate entre el diseño al servicio del comercio y del consumo y el diseño al servicio de la cultura no comercial (pero comercializable).

De todas maneras, el oficio profesional del diseño se viene dando en Colombia desde hace más de 30 años. Ha pasado por muchas etapas, a saber:

- a)- Desconocimiento de la sociedad sobre la importancia y trascendencia del valor de la comunicación visual diseñada.
- b)- Academia e industria, una relación fortuita en muchos casos y otras veces subestimando el perfil del diseñador gráfico, al preferirse la copia. El *snob* de los empresarios en nuestro país y la xenofilia, estancaron gravemente el desarrollo de la profesión.
- c)- La empresa cultural aprende rápidamente de los beneficios del diseño gráfico y la empresa comercial abre campos de trabajo para muchos frentes. (Procesos económicos y políticos como el de "apertura económica", que abren la puerta a productos y servicios foráneos, obligan a la industria nacional a equilibrar sus calidades de competencia, se usa el diseño gráfico como parte fundamental en el desarrollo de productos y en la generación de estrategias comerciales)
- d)- En síntesis, el Diseñador Gráfico Colombiano, hace presencia en su cultura, tanto en la gran metrópoli, como en ciudades menores. Poco a poco el estado hace uso de sus servicios y gran y mediana industria ofrecen posibilidades laborales.
- e) Hoy también, se evidencia la proliferación de diseñadores independientes "free lance", que se acomodan a solicitudes de clientes particulares o grandes agencias de publicidad y casas editoriales.

¿En el ejercicio de la profesión, se respetan los valores éticos?

Aunque la academia imparte cursos de ética y de ciudadanía, no parece ser suficiente formación en un contexto donde los valores fundamentales y derechos están trastocados por el devenir social, económico y político. Existen diseñadores éticos, respetuosos de su oficio, disciplina y colegas, pero también los hay que son serviles y su primer objetivo será siempre el lucro personal. Esta situación no sólo se da en el ejercicio profesional del diseño, también alcanza a muchas y diferentes profesiones.

Creo que falta más énfasis de formación en la trascendencia del compromiso social que debe tener el diseño cuando se entiende como una manera de proponer bienestar social.

¿En las Universidades, existe un criterio común en cuánto a contenidos académicos y métodos de enseñanza?

Si lo hay, pero más por una coincidencia de origen, que por un acuerdo desarrollado entre las universidades. Hoy día todas las escuelas de diseño y demás profesiones, están entrando al proceso de auto-evaluación y acreditación, lo que implica realizar acuerdos ante el estado (Ministerio de Educación Nacional), como por ejemplo la generación de Estándares Mínimos de Calidad para todos los programas. Acuerdos para intercambios universitarios, cátedras inter- universitarias, procesos de homologación y acreditación con pares académicos.

En Colombia se da como particularidad que las características propias de cada región ofrezcan contextos diferentes para el diseño. La sola geografía colombiana (caribe, andina, llanura, amazonía, litoral pacífico, etc.) origina etnias con identidades muy especiales, grupos culturales que se identifican con valores vernaculares y de alguna manera muy impermeables a la influencia de sus vecinos. Es decir, por hablar en el lenguaje de moda, contextos poco globalizados. Esta situación también se evidencia en métodos y contenidos de los diferentes programas académicos.

Pero creo también, que esta condición genera dinámicas en donde el ejemplo del vecino hace reconsiderar permanentemente las estructuras académicas.

¿Considera necesaria alguna modificación en los programas de estudio de la carrera?

Claro que sí.

Esta es una condición no sólo para Colombia. Tanto el desarrollo tecnológico, como la aparición de nuevos frentes de intervención social y cultural para el diseño, obligan a que las estructuras académicas sean de carácter dinámico. Por ejemplo, los cursos de énfasis en niveles profesionales de formación son de tipo variable.

Pero siempre se ha conservado en niveles de formación metodológica, una serie de contenidos y objetivos de formación más estable, los que fundamentan precisamente la posibilidad de generar cambios en otros ciclos de formación.

Por otro lado, y más que una modificación a los programas de estudio, es importante complementar de manera inmediata la formación en proyectos de investigación para el diseño gráfico. Ese es tal vez, el tercer perfil que se presentará en el diseño colombiano.

¿Qué importancia se le da al desarrollo del pensamiento crítico en el alumno?

Más que pensamiento crítico, se le ofrecen elementos de formación en la autocrítica y la autogestión de proyectos. En muchos cursos de taller de diseño, se logran procesos de autoevaluación por parte del alumno; creemos que esta cultura de la autodisciplina podrá generar pensamiento crítico sobre el quehacer del D.G.

¿Cómo considera que el egresado puede equiparar los conocimientos adquiridos en la Universidad con los adelantos tecnológicos y la complejidad de la información (sonido, infografías, etc.)?

Esta pregunta en gran parte la respondo con lo que escribí para las dos anteriores.

Por otro lado, y con el debido respeto, me alejo un poco del sentido de su pregunta, que tiene sentido afirmativo y no interrogativo.

Creo que la universidad debe estar al tanto del adelanto tecnológico y para ello hemos utilizado la alternativa de contratar docentes que desde su oficio profesional llevan este conocimiento a la academia. También se diseñan permanentemente cursos de formación continuada que actualizan conocimientos y profesionalizan la visión del egresado.

Pero, al mismo tiempo, y en este punto es que me alejo del sentido de su pregunta, no creo que la información en la actualidad sea más compleja. Que sea mucha más información y que circula con mayor velocidad no lo puedo negar, pero antes que compleja,

creo que el sentido de "información" está diluido en la superficialidad de los contenidos que ella transfiere o transmite.

Basta con mirar la cantidad de basura sin respaldo que se puede encontrar en la red de Internet, la proliferación de mensajes con "tips" que genera vulgarmente la publicidad en múltiples medios, la pauperización de los informativos (noticieros) en la T.V., la velocidad de consumo para los productos y las modas, todo parece ser como una pobre canción de Michael Jackson, que se pone de moda un mes y al que la cante luego estará por siempre out.

Pero hay más todavía, Colombia tiene aproximadamente 45 millones de habitantes y la estadística de acceso a la tecnología, en la que circula esta supuesta compleja información, es muy baja. Sólo un millón y medio de habitantes tienen computador en Colombia, el servicio de Internet lo poseen aproximadamente 600.000 personas, el 60% de la población colombiana no tiene nevera (esto puede leerse como que son casi 30 millones de personas que tienen el comer diario en el día a día), todavía funciona de manera constante el correo de cartas y documentos; y aunque el aumento de la población en las grandes ciudades como Bogotá, Medellín, Cali, Cartagena, Barranquilla, Manizales, es vertiginoso, los corredores de miseria en estas ciudades son alarmantes. Por ejemplo en Bogotá existe un barrio que se llama ciudad Bolívar que posee aproximadamente dos millones y medio de habitantes, y la mayoría no tiene acceso a servicios públicos básicos.

Tal vez esto aclare el porqué soy divergente con el sentido de su pregunta, pero créame que son muy pocos los diseñadores o alumnos de diseño que conocen esta información.

Entrevista

DG Mariela Rizzo, actualmente desempeña sus actividades en la Ciudad de Comodoro Rivadavia

Estudió Diseño en Tucumán y trabajó para *La Gaceta*.

1- **¿Cuál es el perfil del Diseñador Gráfico en su provincia?**

Cuando me recibí capté que el Perfil que buscan los Profesores es el de Diseñadores que sepan manejar Técnicas y Tecnología. Por ejemplo que sepan hacer una auto tipia con estilógrafos y plantillas, pero que conozcan también el offset, , que sepan que si no está la PC, podés presentar un logo con sus variantes de color su negativo y positivo, todo en collage cortado y armado a mano, que sepan que DISEÑO GRÁFICO ES SINÓNIMO DE COMUNICACIÓN y que si un DISEÑO no comunica puede ser "Hermoso" y lleno de efectos, pero no sirve, como Diseño, el buen diseñador acepta toda crítica constructiva, y siente cierta pasión al hablar de su profesión aún cuando no ejerce, el Diseñador Tucumano conoce mucho sobre historia del arte y trata de aplicar las diferentes tendencias en sus trabajos.

El Diseñador Grafico recibido en Tucumán entiende que hacer Diseño Grafico no es hacer dibujos tontos, El DISEÑO VALE, es un trabajo de investigación, de horas haciendo bocetos, de COMPROMISO, y que el verdadero diseño es un trabajo en Equipo porque hacerlo en forma independiente nos pone en riesgo de creernos perfectos ya que siempre tenderemos a "Enamorarnos de nuestro TRABAJO"

2- **¿Qué campo laboral tiene en la actualidad?**

Los Diseñadores que conozco, están trabajando en Cartelerías, e Imprentas (No haciendo diseño, sino pegando Clipart bonitos en un Cartel o en un aviso. Los Profesores en su mayoría son profesionales que se hicieron en la práctica, dibujantes, caricaturistas, o Arquitectos,..... hay pocas agencias de Diseño (ese es uno de mis sueños, me falta con quien lograrlo)

Cada vez hay menos campo laboral sobre todo después de Diciembre del 2001 donde los insumos para nosotros desde tinta para impresora hasta acrílicos, vinilos o cartulinas texturadas para tarjetas se fueron de la realidad económica argentina, una imprenta prefiere a alguien con experiencia en Offset que a alguien con título que cobraría mas, en la Patagonia Comodoro Rivadavia y Gallegos que también estuve el campo es menor, pero a la vez creo que lo bueno esta por venir lo estamos por armar nosotros.....

que estamos lejos de la REVALORIZACION del Diseño

3- ¿En el ejercicio de la profesión, se respetan los valores éticos?

Siempre en todos los ejercicios de mi vida , jamás le quitaría un cliente a nadie, jamás criticaría a un colega en publico sin antes haberlo hablado con el, el respeto es la base de un buen trabajo en Equipo.

4- ¿En las Universidades, existe un criterio común en cuánto a contenidos académicos y métodos de enseñanza?

En los dos lugares donde se imparte la Carrera en San Miguel de Tucumán los contenidos, las materias los Profesores y hasta los trabajos finales que se piden son los mismos, la única diferencia que noto es que en la UNSTA se da teología!!!!, Al ser los mismos profesores los criterios son los mismos.

Primer año:

Taller de Dibujo I

Taller Da Diseño I

Psicología Evolutiva y Aplicación al Diseño I

Historia del Arte I

Taller de Computación I

Segundo año:

Taller de Dibujo II

Taller Da Diseño II

Psicología y Aplicación al Diseño y a la Publicidad

Lenguaje Visual I

Historia del Arte II

Taller de Computación II

Segundo año:

Taller de Dibujo III

Taller De Diseño III Y TIPOGRAFIA

MATERIALES

Lenguaje Visual II

Etica Profesional

Taller de Computación III

5- ¿Considera necesaria alguna modificación en los programas de estudio de la carrera?

Sí, enseñaría Diseño de Página Web, y Haría más Pasantías, también mas trabajos tipográficos, aparte creo que nos haría falta una escuela tipo *Bauhaus*, donde todos aprendan de todo pero que cada uno vaya desarrollando sus propias habilidades.

6- ¿Qué importancia se le da al desarrollo del pensamiento crítico en el alumno?

Toda desde Primer Año después de dadas las pautas del Trabajo los Trabajos se cuelgan y nosotros somos los clientes..... desarrollando así un criterio crítico que hasta en el momento de clasificar era tomado en cuenta.

7- ¿Cómo considera que el egresado puede equiparar los conocimientos adquiridos en la Universidad con los adelantos tecnológicos y la complejidad de la información (sonido, infografías, etc.)?

Únicamente en la Práctica manteniéndose en contacto con otros colegas y estudiantes, participando de cursos, concursos, CON GANAS!!!!!!!!!!!!

Entrevista

Entrevista a la Diseñadora Gráfica **Sra. Gabriela Friedman**, coordinadora de la carrera de Diseño Gráfico, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Abierta Interamericana.

1- ¿Cómo se estableció el programa de estudio de la carrera?

Primero siguiendo los lineamientos de la universidad para todas las carreras desde el punto de vista filosófico, y que es lo que sería un alumno universitario y con respecto al área disciplinar específica tomando lo mejor de los planes de estudio que pudimos comparar de universidades públicas y privadas, nacionales y extranjeras.

2- ¿Cuál es el perfil del DG egresado de la UAI?

Es un futuro profesional abierto a los cambios y a las demandas permanentes de la sociedad

4- ¿Cómo calificaría a los estudiantes que ingresan a la carrera en cuanto a:

-conocimientos generales

-actitudes personales (inquietudes, ambiciones, etc)

-pensamiento crítico

-actitud crítica

Los que vienen de la enseñanza media, nefastos. No tienen capacidad de lecto-escritura, no se comprometen con la vida universitaria, son sumamente inmaduros..

5- ¿Qué opina respecto del actual curso de nivelación?

Es incompleto, le falta la parte metodológica y proyectual que es inherente al campo.

6- ¿Cómo se nivela la preparación de los alumnos que ingresan?

A través de la exigencia y perseverancia.

7- ¿Considera que en el transcurso de la carrera el alumno desarrolla un pensamiento crítico?

Depende del alumno.

8- ¿Qué importancia se le da a la coordinación de métodos de enseñanza y contenidos académicos de las distintas materias que lo componen?

Se le da mucha importancia. La universidad posee talleres de capacitación, y se trata de hacer una organización horizontal y vertical, acá nadie puede hacer lo que quiere, por lo menos no en los papeles...después la vida real es otra cosa

9- ¿Está conforme con el nivel de enseñanza de la UAI, y con el nivel de aprendizaje?

En principio, sí, obviamente hay cosas para mejorar... ¿y con el aprendizaje?

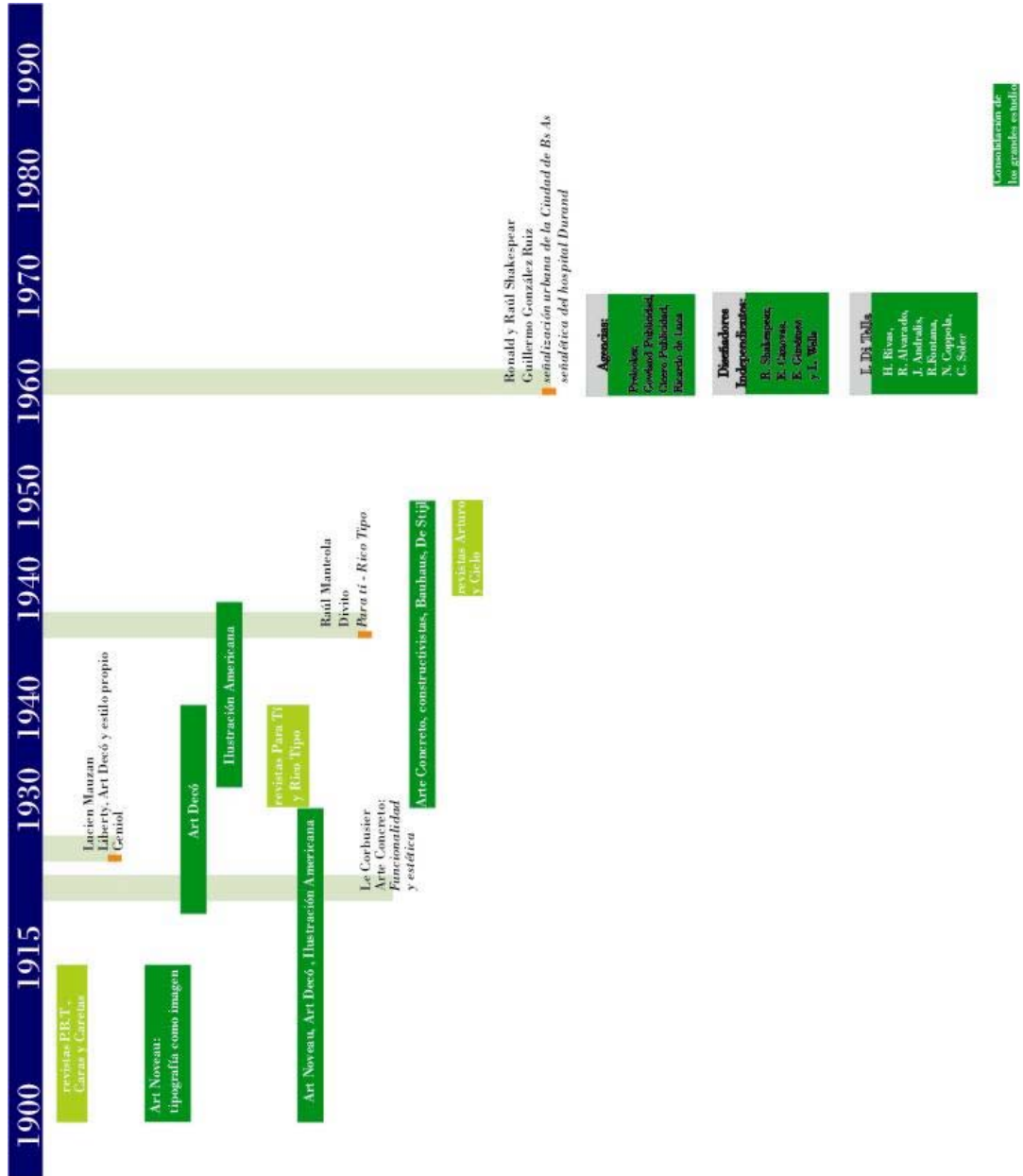
No

10- ¿Haría alguna modificación respecto a contenidos, métodos y/o criterios de evaluación?

A mediados del año que viene se van a agregar más talleres de diseño, se van a sacar prácticas profesionales que para lo que es el medio local no tiene mucho sentido, porque estamos en un mercado recesivo, con menos estudio de diseño y con menos empresas que puedan captar pasantes.

Se va a tener que cambiar la modalidad; vamos a acortar la duración de algunas materias y ampliar el número de talleres de diseño. El método de enseñanza es el proyectual básico de taller y en métodos de evaluación no se encontró otro.

Línea de tiempo



11.4 Conclusiones

Del análisis de las **entrevistas** realizadas a diseñadores gráficos, docentes y alumnos de la carrera de diseño gráfico en la Universidad Abierta Interamericana se extraen las siguientes conclusiones:

Estimulación del pensamiento crítico

Casi la totalidad de los encuestados (95%), destacan la importancia de la estimulación del pensamiento crítico en el alumno.

Entre las razones expuestas por los *docentes* podemos citar:

- ❑ Permite elaborar estrategias de comunicación más efectivas
- ❑ Permite conocer el punto de vista del alumno

- ❑ Genera procesos superiores de pensamiento estructura a los alumnos para otros órdenes de la vida (más allá de lo profesional)

Entre las razones expuestas por los *alumnos* podemos citar:

- ❑ La crítica es fundamental para el crecimiento personal y profesional. Es necesario formarse entre otros y con otros, el diseñador es una herramienta del grupo creativo, que se utiliza para volcar o bajar las ideas.
- ❑ Porque el profesional tendrá que comunicar sin el apoyo de los docentes
- ❑ Porque sin un pensamiento crítico sería imposible comunicarnos con diferentes tipos de receptores.
- ❑ Para poder plasmar, de una manera eficiente, en una pieza gráfica, cualquier problema comunicacional que se nos presente, ya sea en circunstancias conocidas o que se experimenten por primera vez.

Formación Académica

El 75% de los *docentes* encuestados está conforme con el nivel de su formación, el 25% restante expresa deficiencias en el área tecnológica.

En cuanto a los *alumnos* encuestados, sólo el 30% está **totalmente** conforme con la formación recibida. El resto señala la conveniencia de agregar mayor diversidad de formación teórica, incrementar la formación tecnológica e incorporación del medio de trabajo.

Al respecto sugirieron jornadas en el Malba y exposiciones de diseñadores reconocidos.

Valores éticos

El 25 % de los *docentes* encuestados opinan que se respetan, y el 75% restante, no siempre.

Entre las razones expuestas por los docentes podemos citar:

- La situación económica hace que se acepten trabajos que en otras condiciones no se realizarían
- No existe una conciencia clara acerca de la responsabilidad del diseñador

El 40% de los *alumnos* encuestados está convencido que se respetan, mientras que el porcentaje restante opina que no.

Entre las razones expuestas por los alumnos podemos citar:

- Por las personas que no son profesionales y trabajan como si lo fueran, desprestigiando la actividad

Métodos De Enseñanza – Avance Tecnológico

El 75 % de los *docentes* encuestados opinan que los métodos de enseñanza actuales están acordes al avance tecnológico, y el 25% restante destaca que la tecnología avanza demasiado rápido.

El 60% de los *alumnos* encuestados piensa que los métodos de estudio deberían actualizarse, el 30% que la tecnología supera los métodos de enseñanza y el resto afirma que están complementados.

Función del diseñador gráfico

La mayoría de los *docentes* encuestados afirma que la función del diseñador gráfico es crear y comunicar.

El 60% de los *alumnos* piensa que la función del diseñador gráfico es comunicar, mientras que el porcentaje restante opina de igual manera que los docentes.

Verificación del efecto del mensaje

La mayoría de los docentes encuestados opina que pocas veces se cumple.

Entre las razones expuestas por los docentes podemos citar:

- Sólo las grandes empresas testean los resultados: no hay análisis de mercado
 - Prima lo estético sobre lo funcional: los mensajes tienen poca eficacia
- En tanto que el 50% de los alumnos piensa que si se verifica el efecto del mensaje en el receptor
- Fundamentan su opinión en cambios del comportamiento del consumidor ante el producto y/o aumento de las ventas.

Conclusiones personales del trabajo:

1) Se notó en la mayoría de las universidades de Buenos Aires, una carencia epistemológica a escala de sistema. El tipo de ampliación cognitiva que se sugiere considera al diseño como un conocimiento que se integra, en sucesivos niveles, sin perder la especificidad de la disciplina. Esto significa, una concepción del contexto más amplia que la que maneja el diseñador, cuando opera a escala de producto.

Esto supone quebrar creencias y estereotipos profesionales del paradigma proyectual de la modernidad, para dar cabida a nuevos temas, problemáticas y modalidades.

Más específicamente se refiere a los planes de estudios, que, salvo algunas excepciones, carecen de una preparación ilustrativa acerca realidad social, política y económica, que permita relacionar el trabajo del diseñador con el contexto en el cual se va a desempeñar. Otro punto a considerar es la inclusión de una asignatura que fomente la preservación del contexto.

2) Sería conveniente— desde primer año— disponer de un espacio académico de replanteo y exploración de cuestiones teórico-metodológicas, en relación con el campo proyectual. En donde se proporcionarían las categorías de análisis necesarias para desarrollar en el alumno, una visión sistémica, que lo acerque a los modelos cognitivos del mundo laboral, y posibilite la reconstrucción de relaciones entre teoría y práctica profesional.

3) El desarrollo del punto anterior abarcaría también la **capacidad de investigar**, que es tan necesaria en el Diseño Gráfico para la evolución de la disciplina.

En la opinión del DG Diego Mesa (Colombia)

(...) es importante complementar de manera inmediata la formación en proyectos de investigación para el diseño gráfico.

4) Se considera ventajoso un mayor conocimiento sobre las Teorías de la Comunicación, desde distintas disciplinas: Psicología, Sociología, Lingüística y Filosofía, donde se enseñe a evaluar críticamente los modelos de comunicación y a reflexionar acerca de los problemas que ellos dejan abiertos; y se muestre el estado actual de la disciplina y la necesidad de su desarrollo mediante nuevas **investigaciones**.

5) Es necesaria una **apertura de la universidad hacia el contexto**, que propicie la ubicación del alumno dentro del ámbito donde va a ejercer su tarea; ya que ésta es eminentemente comunicacional y por ello necesita del contexto, de las disciplinas que convergen en el diseño y principalmente de la interacción de personas y conocimientos.

6) Se ha observado que muchos alumnos no dimensionan la importancia de ciertas cátedras, en general las no proyectuales, por lo que no le prestan interés. Y este punto puede ser tema de una mayor investigación, ¿porqué el alumno no tiene claro que es lo que necesita para desempeñar la profesión?, ¿Es falta de interés de parte del alumnado, desinformación? ¿o implica también la dinámica de la materia?

7) En el desarrollo de la formación del alumno también sería beneficioso aplicar el concepto de contextualización. Por ejemplo ¿cómo sería el trabajo del alumno, suponiendo que ya es un diseñador ejerciendo la profesión en la Ciudad de Buenos Aires, en el año 2003, bajo un gobierno democrático, con determinadas características económicas, sociales, culturales, etc.?

¿Qué diferencias habría si su trabajo se desarrolla en el departamento de diseño gráfico de una empresa multinacional, o, en cambio tiene lugar en un estudio de diseño o free-lance?

¿Tiene, el alumno conocimiento de los diseñadores argentinos actuales y de su trabajo? ¿Porqué no emular el trabajo de uno de ellos, interiorizándose de cuáles fueron los procedimientos a seguir para solucionar un problema dado?

Ejemplo: señalización de Buenos Aires a cargo del estudio Shakespear en 1973- ver anexo 11.5

8) En cuanto a la **aplicación del pensamiento complejo**: el diseñador, en el desempeño profesional, permanentemente procesa información: en primer lugar, cuando el comitente le presenta el problema a resolver. En esa situación analiza la información recibida, identifica el problema, (que puede o no coincidir con el indicado por el comitente), continúa con la resolución eficiente del tema en cuestión, para lo cual realiza operaciones: generaliza, resume, analiza, predice, estima, describe, clasifica, contrasta e infiere, y luego de obtener el objeto de diseño, debe- aunque no es común hacerlo- realizar un seguimiento del mismo para verificar su eficacia, con lo que concluye el procesamiento de la información evaluando y criticando, para realizar los ajustes necesarios. Todo este proceso descrito anteriormente que relaciona, contextualiza, analiza la veracidad de la información que recibe y de quién la recibe y que interrelaciona, constituye el proceso del **pensamiento crítico**; por lo que se demuestra la imperiosa necesidad de favorecer el desarrollo del mismo en la formación del alumno de la carrera de Diseño Gráfico.

Además, se ha demostrado que continuamente y en todos los aspectos, cotidianos, personales y profesionales es ventajoso el uso de este tipo de pensamiento, que todo objeto, sujeto o acción está interrelacionado, que está inmerso en un todo; que lo modifica, lo condiciona, lo hace particular. Cuanto más se emplee más fácil será internalizado, y facilitará el proceso de aprendizaje e incorporación de conocimientos.

Una manera de ejercitarlo en la formación universitaria sería tratar un tema dado en distintas asignaturas, de manera de reprocesar la información, debido a que cuantas más veces se aplique, más fácil se entenderá, se relacionará con otros conocimientos y se podrá recurrir a ella en el futuro.

Por ejemplo: si en historia del arte se estudia *La escuela de la Bauhaus*, primero analizarlo en esta materia, contextualizándolo, en su época: cuáles fueron los hechos sobresalientes en Alemania y en el mundo, la situación económica, social, política, porque tuvo lugar, cuales eran sus principios, etc. y luego tratarlo simultáneamente en otras asignaturas como:

Medios de comunicación: relacionar los medios actuales con los de la época de vigencia de la escuela, o de un lapso determinado de tiempo, ver cuales son las similitudes y cuales las diferencias en las formas de comunicación y que relación tienen con el contexto al que pertenecen.

Tecnología gráfica: analizar cuáles eran los sistemas de impresión de la época, y que consecuencias económicas provocaban esos sistemas de impresión

Filosofía: relacionar un determinado pensamiento filosófico con el pensamiento filosófico de la época de la escuela.

Inglés: traducir o elaborar un resumen de los principios de la *Bauhaus*

Sociología: analizar como influyó la escuela sobre la sociedad.

Si, además, se cuenta con la participación de docentes y alumnos que aporten sus propias experiencias que asocien a los temas, éstos se tornarán cada vez más interesantes, a la vez que se desarrollará “esa” mirada particular que necesita el diseñador, y una actitud

amplia y flexible, que le servirá para ejercitar su profesión, adaptándose a las innovaciones.



11.5. Ejemplos

La segunda señalización de Buenos Aires (1971 - 1973)
Panorama de la señalización Antes del plan visual



Las imágenes pertenecen al antiguo sistema de señalización de Buenos Aires, sería interesante contextualizarlas en el tiempo, y dentro de un sistema comunicacional.

A comienzos de 1971, se inició el Plan Visual de Buenos Aires, a cargo de Guillermo González Ruiz. Configuró una situación singular, porque se generó interacción con el comitente.

Las señales fueron puestas a prueba, mediante pruebas piloto de señalización de las Avenidas Libertador y Figueroa Alcorta. Los integrantes del estudio Shakespear señalan la importancia de que el objeto de comunicación salgan al dominio público, se verifique su resultado; y de poder entablar una relación flexible con el comitente, integrarlo al proyecto en beneficio de los resultados.



11.5. Ejemplos

La segunda señalización de Buenos Aires (1971 - 1973)
Panorama de la señalización Después del plan visual



Sistema de señales urbanas. Tipología de los instrumentos predominantes: taxis, nomenclatura de calles y parada de transporte de pasajeros.

Estas señales están presentes, se pueden observar a diario, razón por la que es más fácil interpretar el proceso comunicacional



Eduardo Cánovas, arquitecto.



Desde hace 45 años que desarrolla su actividad en el campo de la comunicación visual.

Fue uno de los fundadores de la carrera de Diseño Gráfico en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires.



Diseños: identidad de empresas y productos, editorial, packaging, entre los que encontramos: Sol petróleo; Refinerías de maíz, línea margarina (Bavaria), Banco Quilmes.

Es interesante el análisis desde el punto de vista del pensamiento complejo, o sea, desde las diferentes disciplinas que confluyen en el proceso del diseño. Este análisis también aportará el conocimiento de los materiales que se usan para su materialización.

Diseñadores contemporáneos Guillermo González Ruiz

Guillermo González Ruiz,
arquitecto.

Desde 1960 desarrolla su actividad en el campo del diseño y la comunicación visual. fue redactor del plan de estudios y primer director de la carrera de Diseño Gráfico (1985- 1989) en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires. Diseños: sistema de señalética de Plaza del Pilar y el sistema de señalización con espacios de publicidad.



Es importante conocer los objetos de diseño que conforman nuestra realidad, para entenderlos.
Éstos podrían analizarse dentro del contexto, y compararlo con otra situación comunicacional diferente. (política, geográfica, etc.)
Es relevante conocer los diseñadores en actividad para entender el medio profesional

6 Bibliografía

Autores varios, (2001): *Ensayos sobre diseño. Diseñadores influyentes de la AGI*, Buenos Aires, Ediciones Infinito.

Costa, Joan: <http://www.uesiglo21.edu.ar/sintesiscolacion>

Frascara, Jorge, (1997): *Diseño para la gente*, Buenos Aires, Ediciones Infinito, 2000²

Gutierrez Martín, Alfonso, (1998): *Formación del profesorado en la sociedad de la información*, Segovia, s/d

ICOGRADA: <http://www.icograda.org/web/about.shtml>

Maschi, Simona: <http://www.ualberta.ca/COMSPACE/consp/html/maschi.html>

Morin, Edgar, (1996): *En el pensamiento complejo contra el pensamiento único, entrevista realizada por Nelson Vallejo Gómez, en Sociología y Política*, México, Nueva época, año IV, número 8.

Prieto Castillo, Daniel, (1999): *La comunicación en la educación*, Buenos Aires, Ediciones Ciccus, La Crujía.

Schön, Donald A.,(1992): *La formación de profesionales reflexivos. Hacia un nuevo diseño de la enseñanza y el aprendizaje en las profesiones*, Madrid, Editorial PAIDOS

Shakespear, Ronald, (1995): *Los Shakespear (1985-1995)*, Buenos Aires , s/d .

Vaneduc: http://www.vaneduc.edu.ar/uai/servicios/uai-ri_curso.htm

Viggiano, Eduardo, (compilador): s/d, *Ideas sobre Diseño*, Buenos Aires, CIDYC (Centro de Investigaciones en Diseño y Comunicación)

Viggiano, Eduardo, (2000): *El diseño y la actitud*, Buenos Aires, Área Ediciones.

1. 6 Datos de autores

¹ **Félix Beltrán:** Nacido en La Habana, Cuba actualmente es ciudadano mexicano. En 1956 viajó a los Estados Unidos, donde se diploma de la *School Of Visual Arts*, Nueva York y de la *American Art School*. Además estudió en el *Art Students League*, Nueva York, y en el Círculo de las Bellas Artes, Madrid. Fue becario de la *New School for Social Research*, Nueva York, el *Graphic Art Center del Pratt Institute*, y recientemente del *Council for International Exchanges of Scholars*, Washington, D. C. Sus obras han participado en 456 exposiciones colectivas, 65 exposiciones individuales y se encuentran en las colecciones permanentes de 60 museos. Ha escrito 4 libros, e incontables artículos y entrevistas. Ha recibido 132 premios, y un *Doctorado*

en Artes Honoris Causa de la International University Foundation, Delaware.

² **Joan Costa** : comunicólogo, consultor y diseñador. Es considerado el investigador de habla hispana más importante y uno de los fundadores de la nueva ciencia de la comunicación visual. Catedrático de Diseño y Comunicación Visual en la Universidad Iberoamericana de México, profesor de la Universidad Autónoma de Barcelona, de la Universidad Abat Oliba (Barcelona) y del *Istituto Europeo di Design* (Madrid).

³ **Santiago Pujol: (Cuba)**

Diseñador Industrial (ISDI, 1976)

Diseñador independiente

Fue profesor de: identidad visual para diseñadores industriales; Técnicas y programas de Computadora para diseño gráfico, en el Instituto Superior de Diseño Industrial de La Habana de 1989 a 1994

Profesor (curso de postgrado) de entrenamiento en el uso del programa Ventura Publisher para Diseño Editorial. Editora Política. La Habana, 1988

Participación y perfeccionamiento en el extranjero: Checoslovaquia, Rumania y Rusia, Hungría, Polonia, Alemania, Bulgaria, Panamá, USA, Sudáfrica y España

⁴ **Diego Mesa G. :** (Colombia)

Tecnólogo en Comportamiento Industrial (CEIPA- Medellín, 1979)

Docente y coordinador del programa de diseño gráfico en la U.P.B.

Docente y Asesor académico en la Colegiatura Colombiana de Diseño, 1986 a 2001

Diseñador Gráfico independiente

⁵ **Norberto Chaves** (España)

Asesor Académico de la Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo. Socio de I+C Consultores (Barcelona), estudio experto en Imagen Corporativa, asesor de empresas e instituciones en estrategias y programas de identidad y comunicación.

Fue Jefe del Departamento Pedagógico FADU, UBA. Profesor de Teoría del Diseño Urbano y Arquitectónico, Teoría Social del Hábitat y Semiología de la Arquitectura, FADU, UBA.

Profesor de Teoría de la Comunicación, Lectura de Imagen, Teoría de Diseño del Entorno y Teoría del Diseño Gráfico en la *Escola Eina*, Barcelona.

Profesor invitado en Escuelas y Universidades de Diseño y Arquitectura de España, Argentina, México y Cuba.

Profesor invitado a seminarios de dirección de empresa en temática de Diseño, Imagen y Comunicación en IESE, Barcelona; ESADE, Barcelona; Universidad Austral, Buenos Aires; IDEA, Buenos Aires; DZ, Bilbao; BCD, Barcelona; *Institute for International Research*, Buenos Aires; ASLE, Bilbao; Cámara de Comercio de Madrid.

Autor de libros y artículos sobre su especialidad.

⁶ **Eduardo José Viggiano** : (Buenos Aires, Argentina)

Diseñador gráfico egresado de la Universidad de Buenos Aires.

Docente en diferentes Universidades de Argentina.
Especialización en “Diseño en Internet”. Ha contribuido con importantes trabajos sobre Educación por el Diseño.
Ha dictado Seminarios, talleres y Conferencias en Argentina y en otros países. Autor de varios libros.
Director del CIDYC (Centro de Investigaciones en Diseño y Comunicación), responsable de IMAGINARIA.

⁷ **Steven Heller** : director del *New York Times* y editor del *Institute of Graphic Arts journal*. Director de la maestría de la *School of Visual Arts* de la ciudad de Nueva York.