

Pedagogía en diseño: una responsabilidad social

Carlos Roberto Soto Mancipe (*)

Resumen

La enseñanza del Diseño en las universidades tiene una alta responsabilidad social por su rol en la comunicación visual. Para esto, debemos establecer el papel del diseñador gráfico hoy en la sociedad, darle a la disciplina el peso que le corresponde y procurar mejores estrategias en las universidades, haciendo sujetos activos a docentes y estudiantes, en donde la investigación se convierte en pieza clave en los propósitos de formación. Diseño+Identidad+Investigación = Responsabilidad, es la propuesta para orientar los caminos pedagógicos en nuestros talleres, la formación docente en nuestras instituciones, la actitud de los estudiantes en la consolidación de nuestra disciplina.

Introducción

“Como diseñadores comprometidos moral y socialmente, debemos encarnarnos con las necesidades de un mundo que está con la espalda contra la pared, mientras que las agujas del reloj señalan inexorablemente la última oportunidad de enmendarse”

Víctor Papanek

Jerónimo Leonardi define el diseño como el proceso previo de una configuración mental, que permanentemente esta en la búsqueda de una solución en cualquier campo, plasmando el pensamiento de dicha solución mediante esbozos, dibujos, bocetos o esquemas basados en un proceso de observación de alternativas o investigación. Diseñar, como verbo se refiere al proceso de creación y desarrollo para producir un nuevo objeto o medio de comunicación (objeto, proceso, servicio, conocimiento o entorno) para uso humano. Como sustantivo, el diseño se refiere al plan final, al fruto del proceso de diseñar (dibujo, proyecto, maqueta, plano o descripción técnica), o al resultado de poner ese plan final en práctica o sea la imagen o el producto terminado.¹

Muy importante anotar que el diseño es una disciplina que colabora y se vale de otras profesiones enriqueciendo su trabajo dependiendo del objeto a diseñar y de la naturaleza del problema que va a intervenir. Multi e interdisciplinario en esencia.

Esta definición vincula la disciplina hasta lo más profundo del hombre dentro de la sociedad, su manera de vivir y de relacionarse. Todo objeto que nos rodea es diseñado, planificado y probado y tiene un propósito determinado. Se puede decir, sin ánimo de exagerar, que todo acto en la vida del hombre –vida común, recreación, educación, vivienda, salud, información, tecnología, etc.- se deriva del diseño y todos sus procesos. Por esto, y como premisa inicial, la proyección como disciplina formal, tiene una alta responsabilidad frente a la comunicación dirigida a una sociedad, por estar inmersa en ella y debe enmarcar su quehacer dentro de sus preceptos y valores

¹ <http://jeronimoleonardi.blogspot.com>

y por lo tanto, todos los procesos que se deriven de la enseñanza de la profesión en las universidades deben conservar esos postulados acordes a los principios de convivencia entre sus miembros.

La Naturaleza en Peligro

Aunque tarde, el hombre se ha dado cuenta de la destrucción que él mismo ha generado en el medio ambiente, en los recursos naturales, en la tala indiscriminada de los bosques y en la contaminación del agua, nuestro máximo recurso vital. Una primera realidad que nos atañe como seres humanos, es la obligación de no quedarnos callados como acto de responsabilidad con el mundo que vivimos hoy. Y es tarea de los diseñadores, procurar unas comunicaciones que generen reflexión sobre esta catástrofe en particular, así como la obligatoriedad de trabajar por contribuir desde su objeto de estudio, en la construcción de una sociedad que busque la convivencia y la reconstrucción de mejores actitudes frente a la vida particular y en comunidad. No pretendemos darle al diseño gráfico un carácter de activismo cívico, ni de abanderado de los derechos humanos, pero como cualquier otra profesión actual, debe facilitar los medios para mejorar la calidad de vida del hombre del presente siglo. En todas las ramas del diseño, la búsqueda por encontrar soluciones a problemas del hombre es una constante, como en el caso de los envases en los que se desechan las jeringas evitando la contaminación de quien los manipula, también los recipientes para facilitar el transporte de agua desde pozos lejanos a las comunidades, en donde mujeres y niños tienen que caminar kilómetros para recoger el preciado líquido ó dispositivos para filtrar y purificar el agua contaminada, por mencionar algunos. De igual forma, el comunicador visual ejerce una labor fundamental con la creación de grandes campañas de alfabetización, prevención de accidentes, toma de conciencia sobre desastres naturales y mensajes para tomar conciencia ante la deforestación de 4 millones de hectáreas en los bosques de África cada año, ante la devastación de los 6.700.000 km² de cuenca amazónica o los deshielos de los polos fruto del calentamiento global.

Es innegable que la obra de arte comunica una intencionalidad y postura reflexiva de su autor, trasciende la función decorativa cuando propone una reflexión al espectador, como el paisaje que pasa de la contemplación ornamental a la denuncia tácita de la destrucción del medio ambiente, convirtiéndose en un lenguaje comunicante. Así el diseño cumple con un objeto de comunicación, sin pretender elevarlo a obra de arte, tiene una intención expresa en su objeto disciplinar. Y dentro de esa función en la sociedad, contemplamos de igual forma el papel que nos atañe en los mensajes del mercadeo y la publicidad, los lazos conectores entre la producción de objetos y servicios con la mediación comunicativa del diseñador y el público objetivo o clientes potenciales, sin caer en la pretensión básica de una comunicación visual con fines comerciales sino con la intención de cumplir derroteros mucho más elevados en la sociedad.

Toma de Conciencia: Ecodiseño

“En la era de la producción en masa en la que todo debe ser planificado el diseño se ha convertido en el instrumento más poderoso que le da forma a las herramientas y al medio ambiente (y, por añadidura, la sociedad y a sí mismo). Este hecho impone una alta responsabilidad moral y social por parte del diseñador”.

Víctor Papanek, Diseño para el Mundo Real, 1985

En 1980, cuando aparecieron las primeras turbinas para generar energía eólica, el diseño jugó el primer papel importante en su relación con la naturaleza. Hoy son inconfundibles esos molinos esbeltos y delicados que pueblan algunas zonas, principalmente europeas, para generar una energía renovable, dando a algunos parajes el retrato de un futuro que no creíamos tan cercano.

En los años noventa nació un concepto nuevo: el ecodiseño², que se refiere a la metodología aplicada al diseño de un producto y de su proceso de fabricación orientada hacia la prevención o reducción del impacto medioambiental de esos productos y procesos. Las prácticas del ecodiseño se distinguen por incorporar e integrar criterios específicos medioambientales al resto de variables utilizadas en los estudios de valoración del comportamiento del producto y su proceso a lo largo de su ciclo de vida (producción, distribución, utilización, reciclaje y tratamiento final). Sin embargo, el ecodiseño no tuvo buena recepción en un principio, por el costo de producción, no obstante de ser una gran idea, porque el inconsciente colectivo no tenía aún grabada la conciencia ecológica y la relación de ésta con el diseño. Tuvieron que pasar algunos años para que de las turbinas eólicas y los paneles solares, nos trasladáramos a algo más concreto, como el calzado y la indumentaria reciclada.

En términos generales, ecodiseño significa que 'el interés por el medio ambiente' ayuda a definir la dirección de las decisiones que se toman en el diseño. En otras palabras, el ambiente se transforma en el copiloto en el desarrollo de un producto. Es así como este proceso le asigna al ambiente el mismo 'status' que a los valores industriales más tradicionales: ganancias, funcionalidad, estética, ergonomía, imagen y, sobre todo, calidad. El ahorro de energía, agua y de recursos en general, la minimización de residuos y emisiones externas o el uso de combustibles procedentes de fuentes renovables, la reducción de la variedad de materiales que componen un producto para facilitar su separación y clasificación final de sus usos, el incremento del empleo de materiales reciclables o la maximización de componentes provenientes a su vez de canales de recuperación, son algunos ejemplos del espacio que ha ganado este nuevo concepto.

Del Ecodiseño a la función social

Dentro de la relación naturaleza-diseño-sociedad y su equilibrio básico, se establece naturalmente la correspondencia de responsabilidad que se deriva de todo proceso de diseño y su impacto directo en la sociedad.

Comenta Norberto Chaves³, sobre la insistencia con que se plantea el debate sobre "la función social del diseño" lo que ha hecho que esta frase adquiriera el carácter de verdadera categoría ideológica de la disciplina. El mero planteamiento de esta problemática lleva implícita una toma de posición. Quienes la exponen, con sólo hacerlo, la reivindican; asignan de antemano a la disciplina una misión humanitaria: la frase contiene, latente, una aseveración: "el diseño tiene una función social".

Cabe aclarar en este punto que no le damos a la práctica del diseño el carácter de "misión humanitaria" por cuanto esa función final no la da el objeto de estudio y no se considera como tal. El planteamiento apunta hacia la inserción de la comunicación visual dentro de la comunidad en que se produce, con los correspondientes postulados de responsabilidad frente a ella. No confundimos su esencia disciplinar con los

² El ecodiseño como metodología para el diseño de productos se desarrolló hacia el comienzo de los años 90 en Holanda y tras una rápida difusión a través de proyectos en países europeos como Alemania, Bélgica y Reino Unido se ha consolidado como una herramienta útil dentro de los programas de desarrollo sostenible.

³ Norberto Chaves, La función social del diseño: realidades y utopías. Texto de la videoconferencia ofrecida dentro del evento "Diseño en Sociedad", realizado a finales de 2007 por la Universidad del Valle de Cali, Colombia, con la colaboración de Diseñoiberoamericano.com

resultados intencionales de la creación de campañas de bien público o de toma de conciencia sobre los daños al ecosistema.

¿En una economía de mercado no se puede hablar de “función social” como característica esencial del diseño? En este modelo de sociedad la “función social del diseño” no pasa de ser un *desideratum*, una pura manifestación de deseos, cuando no una fantasía compensatoria de la culpa. La función social, antisocial o neutra de cualquier profesión no la determina ésta sino el sistema social en que se inscribe. No está implícita en la disciplina, se le asigna desde afuera. Y no es el diseñador quien puede asignársela sino el cliente real, el que encarga y paga el servicio y lo pone en uso. Sólo hay función social donde el cliente tenga una misión social.

Más allá de cualquier apreciación, el diseño cumple una función social, no importa su destinatario directo o indirecto, cliente o público en general, de todas formas debe considerar puntos de lógica colectiva, siendo responsable de la comunicación que está produciendo, de la imagen que recrea y los mensajes que produzca. Esto nos lleva a un corolario planteado en el eje de nuestra discusión: el diseño al ser una disciplina formalmente establecida, debe conservar dentro de sus prácticas principios éticos que se evidenciarán a través de cada proyecto realizado. Así pues, la sociedad hará lectura no sólo de ambientes diseñados sino que apuntará a la construcción cultural con elementos simbólicos, de valores y de realidades.

El Diseñador Gráfico Hoy

Hasta aquí, se ha planteado la relación entre naturaleza, diseño y sociedad y la función social inherente en el trabajo del diseñador. Pero se hace indispensable detenernos un momento para puntualizar el rol del profesional de la comunicación visual en este mundo tecnificado.

Al respecto, Norberto Chaves, en artículo publicado en el 2008⁴ hacía la siguiente reflexión:

Constantemente me cuestiono sobre la función del diseñador gráfico en las agencias y medios publicitarios, pensando en eso, el otro día me encontré con el siguiente texto en un libro titulado " Historia del Diseño gráfico, de Philip B. Meggs": "(...) definieron el diseño gráfico cómo una actividad socialmente útil e importante, rechazando la expresión personal y las soluciones excéntricas, en su lugar se debe adoptar bajo un enfoque más universal y científico para la resolución de los problemas de diseño. En este paradigma, el diseñador se define NO COMO UN ARTISTA sino como un conducto objeto para la difusión de información importante entre los componentes de la sociedad. El ideal es alcanzar la claridad y el orden."

Una visión bastante corta del papel del diseñador, como un instrumento intermediario de comunicación. Vemos adicionalmente, cómo llegan a nuestras universidades la solicitud de diseñadores gráficos aclarando la urgencia del manejo de software especializado “al menos 5 programas básicos”, diseño de Web, presentaciones multimediales y algunos años de experiencia profesional. Como dice Chaves, un carpintero del software, una extensión del PC, dejando de lado la conceptualización, creatividad y esencia de la comunicación.

Entre tanto, Jorge Frascara en 1987 en Kenya⁵ hablaba de la contribución del diseño a la educación común, al alfabetismo, la agricultura, la salud. Si uno no atiende estas

⁴ *lagentenormal.blogspot.com*. Comentario encontrado en el blog y referenciado sobre Norberto Chaves en artículo del año 2008

cosas por medio del buen diseño de instalaciones, equipos, comunicaciones y prevención de enfermedades y accidentes, el resultado es la tragedia que envuelve a África desde hace siglos. Cuando no hay recursos para lo más básico, sólo el diseño puede ofrecer una salida.

Distingue al menos cuatro áreas de responsabilidades:

A - Responsabilidad Profesional: La responsabilidad del diseñador, frente al cliente y al público, de crear un mensaje que sea detectable, discriminable, atractivo y convincente.

B - Responsabilidad Ética: La creación de mensajes que apoyen valores humanos básicos.

C - Responsabilidad Social: La producción de mensajes que hagan una contribución positiva a la sociedad o, al menos, que no importen una contribución negativa.

D - Responsabilidad Cultural: La creación de objetos visuales que contribuyan al desarrollo cultural más allá de los objetivos operativos del proyecto.

Así mismo, Joan Costa plantea:

"La comunicación no constituye una parte de la psicología, sino el principio mismo que rige las relaciones entre el hombre y el mundo, entre el individuo y la sociedad, determinando la fenomenología del comportamiento humano"⁶.

Anota que el diseño sirve para hacer el mundo más inteligible, para mejorar la vida de las personas y para hacer más comprensible nuestro entorno, entre otras cosas.

Víctor Papanek,⁷ habla respecto al diseñar, como un atributo humano básico y que el trabajo y la formación del diseñador deben ser desmitificados y desprofesionalizados, por lo tanto toma relevancia en cuanto extrae al diseñador de su postura elitista y lo introduce en el seno de la sociedad, o más precisamente, en el corazón de su verdadera función social, diseñar para la necesidad. Uno de los aspectos más importantes que podemos aprender de él, es tomar conciencia sobre la manera que el diseñador actúa sobre la sociedad y cómo se solucionan las necesidades de la gente.

Por todo lo anterior, el diseñador de hoy tiene una función primordial en la sociedad, en las campañas por salvar este planeta de la catástrofe en la que lo hemos dejado, mensajes por la convivencia, la paz, la fraternidad, la solidaridad, la educación, la recreación, y todo lo que el hombre moderno requiere para estar informado y en permanente toma de conciencia sobre su ser, el otro y el entorno en el que vive.

La Pedagogía en Diseño: Una Responsabilidad Social

Argumenta Gui Bonsiepe que el diseño debe, primero, *pensarse desde el contexto, desde los países, desde las culturas y las realidades*. Esto permite afirmar que, en vez de una Teoría del Diseño, existe un Discurso del Diseño, funcional a la idea del diseño cuyo eje está en la acción, el punto en donde el objeto y el usuario se comunican.⁸

Proyectado desde las realidades de nuestros países, el diseño no lleva sumergido en las aulas de las grandes universidades muchos años, como otras profesiones, pero sí

⁵ Jorge Frascara, Diseño Gráfico para la Gente, comunicaciones de masa y cambio social. Ediciones Infinito. ISBN 987-96370-2-x

⁶ Mauricio D. Fernández, Diseñador en Comunicación Visual. Bolg www.abcsaladillo.com.ar

⁷ laserifagrotasca.blogspot.com/

⁸ Entrevista de Oscar Salas en Chile, país de diseño el 13 de mayo de 2007, <http://www.chilepd.cl>

es evidente su importancia en el presente siglo. Por esto, la enseñanza de la disciplina debe reformularse, emigrar sus postulados iniciales a planteamientos en donde se tenga en cuenta el papel de los actores del proceso pues, docentes y estudiantes, requieren de nuevas posturas pedagógicas y una visión diferente, marcada ya no por la búsqueda de un lenguaje globalizado para cambiar el esquema por estructuras más nacionalistas e identificatorias de su propia cultura.

La enseñanza del diseño debe enriquecerse con conceptos teóricos que dejen atrás la “dictadura de clases” para convertir las aulas en recintos de experimentación, análisis y crítica de una sociedad en la que está inmerso y a la que se le produce una comunicación visual, incorporando un pensamiento ético, complejo, sistémico, singular y dinámico que busque un resultado de gran responsabilidad frente a un hecho social. Por esto, se hace indispensable pensar en una ecuación que determine los caminos por donde debemos transitar para la formación de la profesión como una disciplina independiente, con sus propios postulados epistemológicos, que insertada en la sociedad proyecte un lenguaje localista, si se quiere, nacionalista, pero con una legibilidad que se entienda en cualquier parte del planeta.

Por todo lo anterior, proponemos una ecuación que trace un derrotero en la formación de la disciplina, centrada en las discusiones que por varios años hemos sostenido en diferentes escenarios locales e internacionales y se constituyen en la base estructural de la consolidación de currículos, la formación de docentes y de manera particular, nuestro accionar en las aulas de clase:

DISEÑO + IDENTIDAD + INVESTIGACIÓN = RESPONSABILIDAD

Hemos planteado la inserción del diseñador dentro de una sociedad que debe regirse por sus principios y valores, es decir, velar por la responsabilidad de su accionar como profesional. Desarrollamos la ecuación con la siguiente propuesta:

Diseño: hemos pasado del oficio a la profesión⁹. Somos testigos y partícipes del cambio que ha sufrido el diseño desde la cauchola hasta la era tecnológica, la rotulación a fuentes postscript, del arte final con flap de papel mantequilla a la impresión digital. Nos enfrentamos a una disciplina moderna, con nuevos retos, acompañada en la mayoría de sus procesos por una tecnología cambiante a ritmos jamás pensados que condicionan, sin duda, los resultados previstos por los profesionales. Pero por encima de esta permanente movilidad de medios, el concepto, la idea, la creatividad como génesis de todo proyecto debe mantenerse. La disciplina de la comunicación visual adquiere una gran relevancia por sus postulados conceptuales y no por sus apoyos tecnológicos, desempeñando un papel primordial en el desarrollo del hombre en esta era de las comunicaciones y la tecnología, pero también, de la toma de conciencia por su planeta.

Identidad¹⁰: en donde este término viene determinado por una mirada introspectiva a una cultura formada por una mezcla maravillosa venida de lo más profundo de nuestros antepasados aborígenes, pobladores de esta tierra por siempre, los habitantes que encontraron los españoles en su invasión brutal y avasalladora. Mezclados a la fuerza por una cultura europea que traía una carga de ideologías anacrónicas, religión y costumbres que se vieron más tarde enriquecidas por costumbres religiosas africanas, cultura de magia y tambores y cuyo resultado fue una

⁹ Carlos Soto, “El Diseño, del oficio a la profesión” en el marco del Encuentro Latinoamericano de Diseño en la Universidad de Palermo en Buenos Aires, Argentina, en el año 2007

¹⁰ Carlos Soto, “La identidad en el diseño” en el marco del Encuentro Latinoamericano de Diseño en la Universidad de Palermo en Buenos Aires, Argentina, en el año 2010

alquimia que como dice Soto Aparicio, dio como consecuencia un hombre único, al hombre “nuestroamericano”: evidencia latente en toda manifestación de arte, cultura y naturalmente, la forma de enfrentar la vida. No sólo referida a la obra pictórica, a la literatura, poesía, entre otras, sino a toda una forma particular de enfrentar su cosmogonía y formular sus postulados de vida.

“La literatura es la meditación de un pueblo”¹¹. Clara sentencia demostrada con creces por múltiples autores que escriben sobre nuestra gente y que tienen una vigencia universal. Como escribe Beatriz Espinosa:

“Habitante de sí mismo, el hombre de Fernando Soto Aparicio se hace sujeto para el filosofar latinoamericano a partir de su propia e intransferible realidad vital desde la que se cuestiona sobre Dios, el Cosmos y el mismo Hombre...”¹²

Este es el caso del escritor que narra sobre su gente, su vida, los habitantes de este Continente. Muchos otros, reconocidos en el planeta y con ellos, pintores, poetas, artistas de todos los géneros que le han mostrado al mundo, esta mitología maravillosa del hombre Latinoamericano.

Pero muy importante y como se anotaba el artículo publicado en la *Revista Vestigium*¹³ sobre el horizonte y los mismos problemas en diseño, todas las instituciones debemos velar por la identidad y el diseño, no es la implementación de una clase sobre la cultura precolombina y el rediseño de sus grafos para ponerlos en objetos contemporáneos, promocionales y turísticos. La identidad dada por un verdadero acercamiento a la cultura interior de nuestros pueblos antiguos y un estudio de las manifestaciones actuales de la cultura, en donde podemos ver al hombre moderno con sus problemas y su forma de vida, para convertirlo en el barro primigenio de un lenguaje propio que se pueda leer en cualquier parte del planeta.

De manera particular, el Proyecto Educativo Institucional de Unitec, tiene consideraciones especiales sobre identidad y la procura por fomentar esta nacionalidad.

Contribuir al desarrollo universal del conocimiento, consolidando una comunidad universitaria de alta sensibilidad humana y social, orientada a la formación integral de personas que aporten a la solución de problemas del entorno, a partir de su liderazgo y actitud emprendedora.¹⁴

La solución de problemas del entorno nos refiere la preocupación localista con carácter universal. En uno de sus principios axiológicos, se habla de la identidad nacional: “Contribuimos a la construcción de un proyecto político de nación y a su vinculación con el ámbito internacional. Promovemos la conservación y el enriquecimiento del patrimonio cultural, natural y ambiental de la nación, fomentando e incentivando su articulación con el planeta.”

Investigación: el tercer elemento de nuestra ecuación que viene a jugar un papel decisivo en la construcción de la disciplina del diseño.

¹¹ Soto Aparicio, Fernando. *Hermano Hombre*, Ed. Bedout, 1986

¹² Espinosa Ramírez, Beatriz, “Soto Aparicio o la filosofía en la novela”, Ediciones Hombre Libre, 1981

¹³ *Revista Vestigium*, Unitec, Volumen 3, No. 2, pág. 109, 2007

¹⁴ PEI, Corporación Universitaria Unitec, Misión institucional.

Si bien existe todavía una marcada tendencia positivista, no sólo en nuestro país sino alrededor del mundo, que ve a la investigación tradicional como la herramienta científica por antonomasia (y la única válida) y que, por ende, plantea un rechazo a cualquier otro modelo más allá de los característicamente científicos (con grupos experimentales y de control, análisis estadísticos, resultados medibles, etc.), dicha situación ni le quita su validez intrínseca a la investigación artística y estética, ni significa que nunca será aceptada como tal; sólo muestra una obtusidad de pensamiento que debe ser superada y la necesidad de buscar diferentes alternativas para realizar investigación.

Sin entrar en la vieja discusión de Arte / Diseño, (el arte es arte y el diseño es diseño), se le imprime a nuestra profesión un carácter intimista y profundo en su introspección desde la creación de la idea, considerando el acto de génesis del diseño de un valor estético determinante. No importa el tipo de necesidad que se va a comunicar o el problema que se plantea con nuestro trabajo (aunque muchos teóricos se detienen a singularizar y simplificar la tarea como la de escuetos intermediarios entre un requerimiento del cliente y un público objetivo en donde somos mediadores creativos de dicho tránsito, entre lo que se quiere comunicar, el objeto comunicante y el público al que se le comunica), el diseño ha tomado consideraciones disciplinares más allá de esta visión miope y tradicionalista.

Aunque su objeto disciplinar es diferente, sus alcances y métodos, entre el arte y el diseño existen las similitudes propias de una obra estética, nacida de la introspección del autor, fruto de una mirada atenta de sus contextos, con una eticidad inherente y con la responsabilidad social que demanda la comunicación en el presente siglo. Sin la pretensión de convertir un afiche o cualquier pieza gráfica en una "obra de arte", lo que si no cabe duda es que representa un momento histórico de la comunidad en que se ha producido y por lo tanto, es testigo de su tiempo, papel que comparte con una pintura o una excelente novela. Por esto, vale la apuesta que planteamos en el diseño como determinante para el rescate de la identidad latinoamericana conjugada a procesos sistémicos y ordenados de investigación que produzcan objetos de comunicación con alto valor social y que respondan no sólo al acto básico de comunicar sino a la construcción de una disciplina formal con sus propios postulados y autorreflexión.

El investigador Pedro Morales, en la Revista Paradigmas¹⁵, afirma: cuando se habla de arte, en especial desde la academia, es aconsejable diferenciar tres grandes campos: creación artística, pedagogía artística e investigación artística. Investigar en arte supone, como en cualquier otra rama del saber, crear nuevos conocimientos, usando métodos y técnicas más afines a la ciencia que a la vida cotidiana. Ciencia y arte son formas que adopta la conciencia social, lo mismo que la religión y la política, entre otras, cada una con sus enfoques propios para ver la realidad y explicar los procesos que tienen lugar en la naturaleza, la sociedad y el pensamiento. El trabajo científico tanto como el artístico (creación, docencia o investigación) reclaman tesón y entrega, esfuerzos supremos en aras de generar aportes de valor. Preliminarmente, y sin llegar a lo preceptivo, pudiéramos delinear la investigación artística en tres grandes órdenes: investigaciones artísticas con fines científicos, investigaciones artísticas con fines artísticos, e investigaciones artísticas con fines pedagógicos.

Insistimos en que no existe la pretensión de valorar la pieza gráfica como obra de arte, pero tiene todo el valor estético que sustenta la posibilidad de emprender una

¹⁵ Morales López, Pedro. Doctor en Artes Escénicas, Universidad de la Habana, Cuba. Investigar el arte: provocaciones para una reflexión necesaria. Revista Paradigmas, pág. 19. Número especial, Unitec, 2009.

investigación que proponemos, basados en los postulados referenciados por el investigador David Acosta¹⁶ orientados hacia la investigación en artes y los reformulamos hacia la investigación propia del diseño gráfico:

1. La investigación del OBJETO de diseño, es decir, la pieza misma.
2. La investigación de la pieza gráfica como FIN (acto comunicativo)
3. La investigación del diseño dentro de un CONTEXTO.
4. La investigación del diseño desde la PRÁCTICA.
5. La investigación del diseño como medio de FORMACIÓN.

1. Investigación del Objeto de diseño

La lectura la da la pieza gráfica que se genera por unas condiciones particulares, producto de un trabajo, la experticia y habilidad del creador –diseñador-. Susceptible de análisis desde la semiótica, la estética, la historia del diseño, la psicología, entre otras disciplinas y la composición y los elementos formales. Analiza las piezas gráficas, los procesos creativos, y la posibilidad de desarrollar nuevas formas de trabajar y de interrelacionar el objeto con el público a quien va dirigido.

2. Investigación de la pieza gráfica como Fin

En este caso lo que se busca es que la pieza gráfica sea producto de un proceso investigativo previo, el cual, lo justifique, le preste auxilio o ayude a otorgarle sentido. Lo importante aquí es que más allá del objeto de diseño que se produzca el proceso investigativo cumpla con rigurosidad, sistematicidad y posibilidad de validar los resultados obtenidos. Analiza el por qué y para qué de la pieza gráfica, el acto comunicativo como tal.

3. La investigación del diseño dentro de un Contexto

También se puede dar una investigación que tenga al diseño como el contexto que envuelve su tema de trabajo, o al profesional que analiza las características socio-culturales de una población a quien dirigirá una campaña. Lo interesante de esta aproximación es que permite trabajos interdisciplinarios en los que, para resolver preguntas hechas desde la comunicación visual, se necesita la experticia de otras disciplinas (la sociología, la antropología, los sistemas, etc., e incluso las ciencias duras).

4. La investigación del diseño desde la Práctica

La investigación en diseño se puede hacer desde la funcionalidad de la comunicación, propuestas de comunicación que involucren un objetivo práctico, un elemento que insta la praxis para la consecución de metas definidas. De igual forma, todo el andamiaje tecnológico que rodea el mundo del diseño en la actualidad, referido al software, herramientas digitales y todo el proceso que conlleve la práctica de la profesión.

5. La investigación del diseño como medio de Formación

Finalmente, la investigación en diseño debe servirnos como el medio para la formación de nuestros estudiantes, no sólo en lo investigativo propiamente dicho, sino también para explorar y profundizar en su saber disciplinar. Esta investigación formativa podría, por supuesto, tomar cualquiera de las anteriores formas, ayudando a fomentar esa conciencia de la necesidad de generar nuevo conocimiento.

¹⁶ Acosta David, Investigador de la Corporación Universitaria Unitec. Arte versus ciencia: propuesta para la construcción de un sentido para la investigación estético-artística colombiana. Revista Paradigmas, pág. 61 Número especial, Unitec, 2009.

Traducido a la realidad de las investigaciones realizadas en Unitec, se han venido trabajando estos postulados en cuatro categorías temáticas que contemplan una serie de propuestas presentadas por la comunidad a lo largo de varios años y que está en proceso de sistematización y análisis discursivo:

1. Comunicación Intencional

En donde se contemplan temáticas del diseño editorial, identidad corporativa, campaña gráfica, diseño publicitario, señalética, infografía, entre otros. Cobija investigaciones en donde el centro es el diseño con una intención específica, un acto de comunicación que orienta a un público objetivo dentro de la investigación de diseño en el objeto y el diseño como fin. Se recibe en pleno el significado de esta comunicación, tanto en su plano práctico como su plano estético.

2. Comunicación Funcional

El diseño digital, ilustración, diseño de empaques y todo lo referente a la tecnología, cobija los trabajos en donde se evidencia la investigación práctica y la investigación del diseño como contexto, pues toda pieza gráfica naturalmente se da dentro de objetivos específicos. Tiene que ver con la “función” determinada de los objetos diseñados y permite una clara interacción, directa, congruente, oportuna entre los agentes comunicantes.

3. Comunicación Discursiva

Estética, historia del diseño, semiótica, antropología del diseño, contemplando el análisis del contexto y todas las opciones de formación del diseño. “Es un diseño que hace pensar” que genera análisis, controversia si se quiere, pero permite el análisis y la discursividad como constructo de la teoría del diseño.

4. Comunicación experimental

Temas que empiezan a aparecer en estos tiempos en donde la comunicación visual toma un papel decisivo en la era moderna. Retórica del graffiti bogotano, expresión y gráfica urbana, arte urbano, color experimental, la ilustración como obra creativa, y una serie de inquietudes de los diseñadores que se salen de postulados básicos pero que siguen teniendo el rigor de la investigación y la imperiosa necesidad de la documentalidad.

Sobre estos postulados que apenas se esbozan, se están construyendo las bases para la organización de un cuerpo de investigación en diseño gráfico. Son varios años de trabajo que responden a esta línea trazada por el Programa de Diseño de Unitec y que ahora se consolida como una postura frente a los proceso de investigación institucional.

De toda esta interacción entre el contexto, identidad y la mirada exploratoria de la sociedad y como resultado de la ecuación, diseño + identidad + investigación, tenemos el concepto de *responsabilidad*, producto apenas lógico, de lo expuesto a lo largo del presente texto, es el colofón natural del acto de diseño inmerso en la sociedad.

Como dice María Eugenia Sánchez Ramos¹⁷:

“La educación universitaria enfrenta el gran reto de educar para la formación de ciudadanos líderes en los cambios de la sociedad en este

¹⁷ Sánchez Ramos, María Eugenia, “Las pedagogías del Diseño”, Doctorado de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad de Guanajuato, México.

nuevo siglo. El diseñador gráfico, como comunicador visual debe tener el conocimiento técnico, contextual y global y la creatividad para poder informar, persuadir, educar y conmover, con un sentido de responsabilidad social y así ayudar a la comprensión, coexistencia y coparticipación de todos los individuos en la sociedad”.

Por esta razón, hemos mencionado la toma de conciencia por parte de los actores del diseño a través del *ecodiseño* y el papel de estos profesionales en la actualidad – desde varias ópticas-, que se enmarcan en una sola idea, la nueva postura para la formación de los diseñadores gráficos, con sólidos principios conceptuales sobre su identidad, inmersos en su comunidad para la comunicación visual de su entorno con amplia mirada universal, que debe procurar sus postulados regidos dentro de la misma responsabilidad que les demanda la sociedad actual.

Un cambio en la pedagogía del diseño

En las aulas de clase, colocar un ejemplo, copiarlo, procurar una respuesta adecuada bajo ciertos parámetros y una evaluación sobre estos límites, se convirtió en la esencia del acto pedagógico y en el cumplimiento de metas de formación. Durante años se ha desconocido el verdadero rol del diseñador, de la misma forma como se niega aún en estos tiempos, de manera obtusa, la posibilidad de la investigación en artes, bajo la ceguera de pensar en procesos de inspiración “automática” del artista sin reconocer sus verdaderos procesos introspectivos que por no ser medibles, según algunos, carecen de validez investigativa. Situación urgente de intervenir pues todo nuestro trabajo tiene su base estructural en procesos de indagación, que debe ser ordenada, sistémica y organizada, acogiendo recomendaciones y procurando la fundamentación teórica y conceptual de nuestra labor.

Dentro del Modelo Pedagógico de Unitec, tenemos derroteros para apoyar nuestra intencionalidad pedagógica desde el Diseño Gráfico, cuando anota sobre la concepción pedagógica del Modelo que se fundamenta en teorías de enfoque cognoscitivo que privilegian el carácter activo del estudiante dando importancia a la persona y al trabajo en equipo, rescatando la autonomía, la autorregulación, la investigación y el papel transformador de estudiantes y docentes en esta nueva visión pedagógica.

Este Modelo propicia procesos de enseñanza y de aprendizaje en los que la investigación desempeña una función articuladora de las áreas de formación y los cursos que orientan la acción al desarrollo de la capacidad para descubrir, indagar y problematizar las cuestiones propias de la disciplina. La observación y lectura de contextos teóricos, personales, laborales y socioculturales, se fomenta a través del desarrollo de competencias que le permitan al estudiante formular hipótesis, interpretar y proponer soluciones a problemas contextualizados.¹⁸

Se trata entonces de estimular una reflexión crítica capaz de cuestionar el pensamiento reduccionista y fomentar la responsabilidad social en las intervenciones del campo de acción profesional del diseño. Debemos contribuir a la formación de un profesional con conocimientos tan sólidos como flexibles en su área de aplicación, que pueda conjugar los requisitos de un alto grado de especificidad con una elevada competencia en la visión sistémica e interdisciplinaria. Tenemos que esforzarnos para trabajar con los insumos teóricos necesarios para desarrollar capacidades analíticas

¹⁸ PEI, Corporación Universitaria Unitec, Modelo Pedagógico.

en una lectura del diseño, que además lo examine no sólo como parte indispensable del proceso de producción, sino también como discurso social y práctica comunicativa.

En el contexto cotidiano del aprendizaje, pero especialmente en los años avanzados de las carreras de diseño, a los alumnos ya no les basta con estar, actuar, resolver trabajos prácticos y estudiar. Están obligados a comunicar y a utilizar todos los recursos tecnológicos y artísticos que les aseguren una comunicación tanto atractiva y persuasiva, como eficaz y permanente, no sólo para responder a las demandas específicas en el proceso de aprendizaje, sino como preparación final para enfrentarse con el mundo profesional.

Por esto, se insiste en la urgencia de volcar el quehacer universitario en torno a procesos de investigación que demanden en los estudiantes superiores estados de cognición, superar estigmas en este tema que han hecho verla como procesos ajenos a los artistas de cualquier género, iniciando a los estudiantes en esta práctica como espacios de creatividad, intuición, curiosidad e imaginación, fundamentales dentro de la rutina académica y profesional. De igual forma debe conocer los mecanismos para promover esa nueva actitud indagadora de su realidad, reconocer la duda y la exploración como parte sustancial de su aprendizaje. Esto demanda por supuesto, unas nuevas posturas en los planes de estudio, no sólo en torno a la flexibilización de las materias y sus interrelaciones, sino en la generación de espacios de discusión, la promulgación de resultados y el incentivo necesario para que tanto estudiantes como docentes encuentren puntos de divergencia discursiva que sirvan para la construcción de nuevos postulados y enriquezcan la labor en las aulas de clase y en la vida profesional de los futuros diseñadores.

Esta postura demanda la preparación de docentes con nuevas perspectivas pedagógicas en donde se abandone la acción pedagógica ejercida sobre el estudiante casi siempre ajeno a la responsabilidad frente a su propia formación, para que se vuelva actor principal en la aplicación de su inteligencia y su razón en el nuevo marco de su realidad y la de su entorno que va a intervenir. Esta actividad esta enmarcada por su estructura discursiva, con significados y símbolos, acordes a su propia cultura pero con aporte a su significación y la construcción de su propia realidad. Sin embargo, el proceso cognoscitivo del aprendizaje del diseño, el 'cómo se aprende', ha sido poco relevante en las prácticas pedagógicas; se ha convertido en completar linealmente pasos metodológicos, recogidos de la bibliografía del diseño y previamente acordados en los distintos cursos. Inclusive asumimos de forma errada que siguiendo pautas o metodologías de diseño y logre resultados, bien valorados por un profesor, 'aprende' a diseñar, cuando en realidad su labor ha sido la gestión de un proceso que depende del modelo planteado por las exigencias académicas tradicionales que buscan obtener y evaluar resultados finales. No se estimula suficientemente la capacidad analítica y reflexiva, la misma evaluación sobre sus propios procesos de aprendizaje es deficiente pues se le da mayor valor al objeto final y no al sentido del proceso mismo.

Es frecuente encontrar estudiantes muy dependientes del maestro, habituados a la 'corrección' de sus trabajos y a producir preguntas simples. En general, buscan asegurarse que lo que se les dice fuese suficiente para asumir sus labores sin llegar a equivocarse. Es decir, están poco acostumbrados a hacer conexiones entre teoría, práctica y experiencia para lograr decisiones de diseño, ni a experimentar por ensayo y error, sino a que el profesor les muestre esas relaciones en las correcciones, propiciando poca reflexión por parte del alumno. Procurar el aprendizaje autónomo y significativo es el camino más adecuado para la reflexión, análisis y permanencia de una actitud investigativa en todos los niveles. La relación con el entorno, con el problema a solucionar, con la comunicación que se produce, la interacción con el

medio, con sus pares académicos, con la confrontación de sus propios postulados y la introspección de estas acciones, deben llevar al profesional a una mejor formación que responda a los retos de las nuevas tecnologías, a principios de identidad que procure respuestas para un mundo globalizado y cambiante.

Consideración Final

Hemos hablado del desastre de la naturaleza producido por la acción vandálica del hombre, de su tardía toma de conciencia no sólo a través del ecodiseño sino de toda una serie de campañas y asociaciones que propenden por salvar lo que queda del planeta, del papel fundamental del diseñador, su protagonismo en la labor de comunicación en todos los órdenes que lleva como colofón indiscutible, una alta responsabilidad social que demanda la disciplina y por ende, la formación en las aulas universitarias.

Dentro de este nuevo papel, se hace relevante la investigación como derrotero para los procesos de clase, para la complejidad de grandes campañas, para los planteamientos en la formulación de los currículos en donde el estudiante deje la pasividad y se convierta en sujeto activo de su propio aprendizaje. De igual manera, la necesidad de fortalecer la formación de los docentes en estas nuevas estrategias pedagógicas basadas en la libertad, el análisis, la ponderación de los procesos, el valor a las equivocaciones, al ensayo-error puesto de manifiesto en dichos procesos, en la importancia de la teoría como génesis de todo proyecto y aunque no se menciona directamente, la obligatoriedad de darle a la tecnología, al manejo de computadores, el valor que se merece, sin quitarle la trascendencia en esta era digital pero clasificándolo como apoyo y herramienta en lugar del valor preponderante que se le ha asignado, restándole realce al concepto, a la idea, a la confrontación de las teorías y a la revisión histórica de los problemas planteados.

Una pedagogía con responsabilidad social, estrategias que le devuelvan al estudiante y al docente el poder de la discusión argumentativa, la reflexión y el análisis, dejando a un lado el aprendizaje y repetición de fórmulas anacrónicas, utilizando los recursos tecnológicos disponibles pero fortaleciendo la construcción del diseño como disciplina formal.

Solo a través de la investigación, la mirada atenta al contexto en que se produce el mensaje gráfico, la construcción de una pedagogía más activa y participativa, con una mirada de identidad para el mundo, el diseño gráfico podrá constituirse como profesión y sus procesos de aprendizaje responderán desde esta óptica a la constitución de una disciplina fundamental para el presente siglo.

(*) **Carlos Roberto Soto Mancipe.** Artista Plástico de la Universidad de la Sabana. Diseñador Gráfico de Unitec. Decano del Programa de Diseño Gráfico de la Corporación Universitaria Unitec Bogotá, Colombia

Carlos Soto, artista paisajista con más de 50 exposiciones en diferentes partes del mundo, transita ahora con su obra "La Agonía de la Belleza", un testimonio de la destrucción del planeta. Diseñador gráfico, docente universitario con más de 20 años de experiencia, conferencista internacional, por 15 años, Jefe de Programa de Diseño y Producción Gráfica y actualmente de los programas de Producción Multimedial y profesional de Diseño Gráfico de la Corporación Universitaria Unitec, Bogotá, Colombia.