

**¿QUÉ SE ESPERA DEL DISEÑADOR GRAFICO EN LA ACTUALIDAD? UNA
MIRADA PROVOCADORA.**

MARIANA COBOS NOVOA

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR EL TÍTULO DE ESPECIALISTA EN
DOCENCIA UNIVERSITARIA**

SERGIO OSORIO

Director Trabajo de Grado

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES
ESPECIALIZACIÓN EN DOCENCIA UNIVERSITARIA
BOGOTÁ, D.C. 2013**

¿Qué se espera del Diseñador Grafico en la actualidad? Una mirada provocadora.

La especificidad del diseño se ha perdido en las generalidades de la interpretación actual. Se piensa erróneamente que quien diseña “hace muñequitos” o que es una persona que simplemente plasma en sus dibujitos lo que piensa respecto a algo o lo que le dicen que haga respecto a determinada idea, aparte de esto se piensa que el diseño lo único que hace es poner de forma gráfica y “bonita” el concepto de algo y que es la parte chévere y fácil de todo el trabajo. Pero no pensamos que el diseño es muy importante en nuestras vidas, basta con mirar a nuestro alrededor para percatarnos de que vivimos rodeados de diseños, es decir de productos, objetos y elementos gráficos, los cuales conforman nuestro contexto diario.

Todos los días y en todas partes, estamos rodeados de objetos sobre los cuales muy pocas veces nos preguntamos cómo y por quiénes fueron creados: la ropa que te pones, los cuadernos que llevas al colegio, tu silla en la sala de clases, tu cama, el envase de yoghurt, el CD de música... y el computador personal que usas, todo ha sido diseñado.

No hemos tenido en cuenta que así como la sociedad del conocimiento ha ido transformando la manera de conocer, de actuar, de consumir, de pensar, también ha ido transformando su manera de interpretar, no nos damos cuenta que el ser humano inserto en su medio ambiente y condicionado por el mismo, tiene que satisfacer una serie de necesidades, ya sean materiales o espirituales, que el medio le plantea. En función de este fin, nace el Diseño Gráfico, para responder a dichas necesidades.

La definición de diseño Grafico que nos acerca aun más al concepto, es la que define : "Proceso de creación y elaboración por medio del cual el diseñador traduce un propósito en una forma"(...). (González Ruiz,1994). Aquí se habla de proceso de creación, lo cual nos indica que el diseño es un proceso mental, de imaginar, de proyectar. El diseñador identifica el problema y el proyecto es la mira, el propósito de hacer alguna cosa, de darle forma a una función.

El diseño, como se cree generalmente, no es el objeto creado en sí, sino el proceso mental a través del cual se llega a él.

El campo de acción de diseño es muy amplio ya que existe una solución para cada necesidad, o por lo menos así nos gustaría creerlo, y cada área de nuestro entorno nos plantea una de ellas. El campo de acción que abordaremos es el de la comunicación, ya que nuestra función específica, la del diseñador gráfico, es comunicar. Nuestros productos de diseño se desarrollarán sobre un soporte físico.

El diseñador gráfico da forma visual a las comunicaciones que se le plantean. Esto queda expresado claramente en la definición que aporta Jorge Frascara : "El diseñador gráfico trabaja en la interpretación, el ordenamiento y la presentación visual de mensajes. Su sensibilidad para la forma debe ser paralela a su sensibilidad para el contenido" (...). (Frascara, 2000, Pag 37). Aquí nos habla de una coherencia entre el contenido (el significado del mensaje) y la forma (la materialización del mismo), ya que debemos prestarle suma importancia a lo que queremos comunicar, tarea para la cual el emisor del mensaje (generalmente una empresa) nos ha convocado.

El diseño gráfico no es un arte puro, "El diseñador, a diferencia del artista, no es normalmente la fuente de los mensajes que comunica, sino su interprete." (Frascara, 2000, Pag 37). Esto nos quiere decir que el mensaje tiene que estar de acuerdo, y por sobre todo tiene que ser claro, para el destinatario del mensaje. Los códigos utilizados en el mensaje, deben ser compartidos por su destinatario y estar pensados en función comunicativa.

Visto que la función del diseño gráfico es dar forma a los mensajes, tenemos que tener en cuenta que estos mensajes tienen una importante función social, ya que se dirigen a la gente y por lo tanto el diseñador debe tomar una serie de responsabilidades. Entre las que se destacan: la responsabilidad profesional que el diseñador tiene con el cliente y el público, de crear un mensaje que sea detectable, discriminable, atractivo y convincente. La responsabilidad ética, en tanto que mensajes que apoyen valores humanos básicos; la

responsabilidad social, en tanto que mensajes deben hacer una contribución positiva a la sociedad o, al menos, que no importen una contribución negativa y por último la responsabilidad cultural, en tanto que creación de objetos que contribuyan al desarrollo cultural más allá de los objetivos operativos del proyecto.

Por otro lado si nos referimos al proceso creativo del diseño, no es un proceso fácil y corto, no es un proceso que lo pueda hacer cualquiera , como se cree actualmente, porque para llegar a la solución de un problema creativo, se deben realizar diferentes acciones que nos llevan a un buen desarrollo comunicacional en donde lo primero que debemos definir es el problema, luego los elementos del problema, la recopilación de datos, el análisis de datos, la propuesta de creatividad, la definición de materiales de tecnología, la experimentación o bocetación, la verificación o construcción del objeto para llegar a la finalización de este Diseño o de esta pieza Grafica.

Si el diseño Gráfico es de tal importancia en nuestra sociedad, ¿por qué el maestro en diseño, ejerce su acción pedagógica en el alumno por medio de la enseñanza de una técnica o una forma correcta de equilibrar pesos en un cartel?, dejando a un lado la responsabilidad que lleva el diseñar como proceso integral de conocimiento y no ve la necesidad de una nueva pedagogía: La pedagogía creativa inmersa en la responsabilidad social del Diseñador Gráfico.

Lo que representa ya un problema, tal vez no un problema teórico, sino pedagógico. Si bien es claro que el diseño no puede entenderse ni explicarse sino a partir de la disciplinaridad, la educación universitaria enfrenta el gran reto de educar para la formación de ciudadanos responsables que ayuden o favorezcan a una sociedad y sean los lideres en los cambios de la misma, es por eso que el diseñador como comunicador visual debe tener el conocimiento técnico, contextual, moral y creativo para poder informar, persuadir, educar y conmover con un sentido de responsabilidad social.

Es por esto que se requiere entonces pasar de la enseñanza del diseño grafico como objeto, para pasar a la situación comunicacional, pero con estrategias docentes que reflejen una conciencia sobre la responsabilidad social del diseñador en nuestra sociedad y la

coordinación de procesos que ayuden a la construcción de saberes significativos en el estudiante.

Lo anterior, sin duda, plantea un reto que deben asumir, al menos así lo considero, sobre todo las universidades que enseñan diseño. Si bien, el diseño está siendo utilizado como herramienta estratégica de venta, lo cierto es que esto ha obedecido, en lo general, más a una estrategia de tipo mercantilista por agentes económicos “no diseñadores”, que a una política de diseño o a una estrategia ideada por estrategas diseñadores.

En este sentido, el diseño como disciplina que ejerce sus prácticas en la sociedad actual, requiere de un nuevo cuerpo de conocimientos y de actitudes más acordes con las exigencias sociales, por lo que es importante replantear los planes y la enseñanza del diseño en nuestro país.

En particular, creo que se requiere de un conjunto de conocimientos de carácter multidisciplinarios, de nuevos conocimientos técnicos y tecnológicos, metodológicos, y por supuesto, éticos. abordado a partir de considerar la reestructuración de los planes de estudio diseño y de la reconsideración, sobre todo, de la enseñanza del diseño, en específico es importante abordar el problema de la formación y de la práctica docente acorde con las nuevas exigencias sociales, el concepto debe ser integrador, es decir debe incluir los diferentes campos de acción del diseño gráfico.

REFERENCIAS

- Frascara Jorge.(2000). Diseño Gráfico para la Gente. Buenos Aires, Argentina
- Schön, D. (1992). La formación de profesionales reflexivos: hacia un nuevo diseño de la enseñanza y el aprendizaje y de las profesiones. Paidós. Barcelona, España.
- Heskett, J. (2002). El diseño en la vida cotidiana. Gustavo Gili. Barcelona, España
- Estudio de Diseño. Guillermo González Ruiz. Emecé Editores .1994
- Ken Bain. (2007). Lo que hacen los mejores profesores Universitarios. Universitat de Valencia 2007