

PROYECTACIÓN Y CONTEXTO SOCIOCULTURAL

EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS ASOCIADAS

PROJECTION AND SOCIOCULTURAL CONTEXT THE DEVELOPMENT OF ASSOCIATED COMPETENCES

GUSTAVO A. MARINCOFF

nexogam@gmail.com

Facultad de Bellas Artes. Universidad Nacional de La Plata. Argentina

Abstract

The aim of Cultural Integration I, a subject of the courses Industrial Design and Visual Communication Design of the Facultad de Bellas Artes of the Universidad Nacional de La Plata, is to provide the future professional designer with useful tools to analyze their task in the society of knowledge. Through its Workshop Area, conceptual tools are provided from the social sciences to analyze the socio-cultural context of the project processes and to develop the professional skills required to correctly define the problem that the project must solve.

Keywords

Transdiscipline; project; culture; society; context

Resumen

La asignatura Integración Cultural I de las carreras Diseño Industrial y Diseño en Comunicación Visual de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Nacional de La Plata tiene por finalidad brindar al futuro profesional del diseño herramientas útiles para analizar la tarea del proyectista en la sociedad del conocimiento. Con los trabajos prácticos se ofrecen herramientas conceptuales provenientes de las ciencias sociales para analizar el contexto sociocultural de los procesos proyectuales y para desarrollar las competencias profesionales requeridas para la definición correcta del problema que el proyecto deberá resolver.

Palabras clave

Transdisciplina; proyectación; cultura; sociedad; contexto

Recibido: 27/01/2017 | Aceptado: 16/04/2017



Esta obra está bajo una
Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercialSinDerivar
4.0 Internacional

En el mundo contemporáneo, los productos destinados al uso práctico y a los mensajes visuales son expresiones objetivas resultantes de los procesos proyectuales que llevan a cabo las disciplinas Diseño Industrial y Diseño en Comunicación Visual. La proyectación, como proceso previo al acto productivo (Humphrey & Jones, 1978), es una actividad emergente de la cultura moderna originada y transformada en fases específicas de dicho período histórico. Todo proceso proyectual, en el sentido más amplio del término, tiene como propósito la solución de problemas concretos y toda solución, con independencia de la disciplina profesional que la desarrolle, comienza por una adecuada identificación del problema, es decir, por un diagnóstico correcto. Un problema de Diseño también requiere de un estudio previo desde múltiples perspectivas para mejorar las posibilidades de alcanzar los objetivos con éxito.

La asignatura Integración Cultural I, en el marco curricular de Diseño Industrial y de Diseño en Comunicación Visual de la Facultad de Bellas Artes (FBA) de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP), tiene por finalidad brindar al futuro profesional del diseño herramientas útiles para analizar la tarea del proyectista en la sociedad del conocimiento. El área de trabajos prácticos propone una ejercitación analítica basada en herramientas conceptuales integradas con conceptos provenientes de diversas ciencias sociales. De esta manera, se orienta al estudiante hacia el análisis de procesos proyectuales preexistentes cuyo desarrollo se halle documentado en diversas formas.

Estrategia didáctica

El alumno participa en la elaboración de un análisis de caso sobre un proceso proyectual de su elección, previamente aceptado por el docente a cargo. En esta ejercitación no se profundiza exclusivamente sobre el producto diseñado, es decir que el objeto de estudio nunca es un auto, un afiche, un electrodoméstico,

un sistema de señales, sino la relación entre el proceso proyectual y el contexto sociocultural que le dio origen. El producto final de la ejercitación es, en esencia, un análisis de los factores sociales y culturales condicionantes del caso que se eligió estudiar. Esta ejercitación se orienta mediante dos grandes bloques de contenido modulado. En el primero se desarrollan algunos modelos teóricos sobre sociedad y cultura y los procesos que las generan, como las etapas de socialización, los mecanismos de poder y de autoridad, y las formas de comunicación masiva, desde las impresas hasta Internet. En el segundo bloque de contenidos se traduce todo lo anterior en una explicación del modo en que se desarrolló, desde el descubrimiento de América, el mundo tal y como lo conocemos en la actualidad: una historia de la cultura moderna y la Modernidad misma como período —cuando surge el Diseño como disciplina proyectual— enfatizando su impacto contemporáneo en Latinoamérica.

Si bien la ejercitación realiza este diagnóstico sobre proyectos ya concretados, un procedimiento análogo es aplicable en las fases previas a cualquier acto proyectual que eventualmente encare el estudiante en su futura vida profesional. Así, a la dimensión tecnológico-productiva, la económica, la estético-morfológica y la mercantil, analizadas en otras instancias de la formación profesional del diseñador, Integración Cultural I agrega la dimensión social —el sistema de relaciones interpersonales que contextualiza el proyecto— y la dimensión cultural —los valores, las normas y los recursos operativos— (Giddens, 1996) que condicionan el caso elegido.

La estrategia didáctica, puesta a prueba y optimizada desde 2010 por el equipo docente de trabajos prácticos de la cátedra, remonta sus fundamentos a una amplia diversidad de consideraciones desde su fase de planificación. Uno de los fundamentos radica en los conceptos que emergen como troncales en las definiciones del dominio de incumbencias de ambas profesiones. Así, por ejemplo, la Organización Mundial del Diseño (WDO, por sus siglas en inglés), una organización no gubernamental fundada en 1957 para promover el Diseño Industrial, define esta profesión en términos de tres dimensiones consideradas axiales en nuestra asignatura: innovación, transdisciplina y enfoque centrado en el usuario.

[...] un proceso estratégico de resolución de problemas que impulsa la innovación, genera éxito en los negocios y conduce a una mejor calidad de vida a través de productos, sistemas, servicios y experiencias innovadores. El diseño industrial comprime la brecha entre lo que es y lo que es posible. Es una profesión transdisciplinaria que aprovecha la creatividad

para resolver problemas y cocrear soluciones con la intención de hacer un producto, sistema, servicio, experiencia o un negocio, mejor. En su núcleo, el diseño industrial ofrece una manera más optimista de mirar el futuro reestructurando los problemas como oportunidades y vinculando la innovación, la tecnología, la investigación, los negocios y los clientes para proporcionar un nuevo valor y una ventaja competitiva en las esferas económica, social y ambiental. Los diseñadores industriales sitúan al ser humano en el centro del proceso. Adquieren una comprensión profunda de las necesidades de los usuarios a través de la empatía y aplican un proceso pragmático de resolución de problemas centrado en el usuario; para diseñar productos, sistemas, servicios y experiencias. Son actores estratégicos en el proceso de innovación y están en una posición única para superar las diversas disciplinas profesionales e intereses empresariales. Evalúan el impacto económico, social y medioambiental de su trabajo y su contribución a la cocreación de una mejor calidad de vida» (World Design Organization, 2015).¹

Por su parte, el Consejo Internacional de Asociaciones de Diseño Gráfico (ICOGRADA), organismo mundial para el diseño gráfico y la comunicación visual, elabora su propia caracterización del Diseño Comunicacional en términos homólogos a los empleados por la WDO: evolución, interdisciplina e impacto cultural.

El diseño es una disciplina dinámica y en constante evolución. El diseñador entrenado profesionalmente intenta crear el entorno visual, material, espacial y digital, consciente de la experiencia, empleando enfoques interdisciplinarios e híbridos para la teoría y la práctica del diseño. Comprenden el impacto cultural, ético, social, económico y ecológico de sus esfuerzos y su responsabilidad final hacia las personas y el planeta, tanto en el ámbito comercial como no comercial. Un diseñador respeta la ética de la profesión del diseño (ICOGRADA, 2013).²

En ambas definiciones se destaca la consideración al carácter interdisciplinario y transdisciplinario de las actividades profesionales, su impacto social y cultural, y su orientación centrada en el destinatario humano del producto resultante del proceso de diseño. Es precisamente sobre estos ejes que la estrategia didáctica pretende operar. Para ello, se aprovecha la experticia transdisciplinaria del equipo docente de la formación en Artes Plásticas, en Diseño en

Comunicación Visual y en Diseño Industrial que tanto a nivel de grado como de postgrado se hallan representadas entre otras áreas del conocimiento por cada uno de los profesionales participantes. La transdisciplinariedad intrínseca al equipo docente de la cátedra brinda a la estrategia didáctica el potencial para definir adecuadamente el perfil del estudiante interlocutor del proceso de enseñanza/aprendizaje (Marincoff y otros, 2005) en el marco de cohortes típicamente integradas por estudiantes de diversos países de Latinoamérica.

Cognición distribuida y contexto profesional

La estructura de funciones representada en el equipo docente, así como la convergencia en el mismo ámbito de estudiantes de Diseño Industrial y de Comunicación Visual, son el reflejo a escala reducida de la distribución social del conocimiento especializado que el futuro profesional encontrará en su contexto laboral al egresar (Berger & Luckman, 1993). Así, la estrategia didáctica ofrece al estudiante una oportunidad de desarrollar las competencias requeridas para desempeñarse en contextos de cognición distribuida (Hutchins, 2000) en los que el procesamiento de la información se realiza entre varias personas y está mediatizado por los instrumentos en su entorno físico compartido, desde la mesa de trabajo en el aula hasta los entornos virtuales de enseñanza/aprendizaje (Marincoff, 2010), como WebUNLP y AulasWeb, proporcionados al área de trabajos prácticos de la asignatura desde el año 2008 por la Dirección de Educación a Distancia de la UNLP.

La cultura, por su parte, se distingue de la cognición porque ésta es un proceso activo en individuos y en grupos, en tanto que la cultura almacena en forma organizada los elementos de significado compartido cuya diversidad crece y se enriquece con la participación de estudiantes que aportan sus propios acervos desde sus países de origen en toda nuestra región. Cultura es todo lo que ha sido aprendido por un colectivo de personas y actúa como una guía interior para sus miembros (Therborn, 1992). En términos de Abraham Moles, «la cultura representa lo que es y el pensamiento lo que se hace con ello» (1978: 32). El *almacenamiento* cultural tiene tres categorías: *valores* (un diseño hermoso, bueno), *normas/convenciones* (un proyecto permitido o ilícito) y *recursos operativos* (una innovación útil, ventajosa o significativa) expresados por la relación entre «semiótica y cultura material» (Giddens, 1996: 65). Estas dimensiones delimitan la manera en que representamos cada aspecto del mundo en nuestra mente, en forma de modelos que guían nuestra conducta en general y el desempeño como proyectista profesional en particular.

Discusión final: competencias para resolver problemas

El proyectista dispone de un modelo conceptual del futuro producto, más detallado y preciso que las personas que no participan en su creación. Ese modelo se plasma en el diseño como imagen del sistema (Norman, 1990), pero en todos los casos los modelos mentales se construyen dentro de los límites de la matriz sociocultural en que la persona desarrolla sus capacidades cognitivas, es decir, a partir de los repertorios analógicos y codificados compartidos en una comunidad. Con múltiples repertorios culturales representados por participantes de Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Venezuela —por citar confluencias predominantes en el aula— y en el marco transdisciplinario ofrecido por la asignatura, la estrategia didáctica apunta a desarrollar en el estudiante los procesos cognitivos requeridos para la resolución de problemas (Simon, 1992). Específicamente, se pretende desarrollar las competencias profesionales requeridas para la definición correcta del problema que el proceso proyectual deberá resolver, definición que condiciona todo el proyecto a elaborar a partir de dicha instancia inicial.

Las competencias analíticas adquiridas por el estudiante formarán parte de los requisitos de idoneidad que enfrentará en las fases iniciales de cada proceso proyectual que lo involucre. Con independencia del contexto transdisciplinario desde el que afronte su función profesional, estudiar proyectos condicionados por sus respectivos contextos socioculturales le permitirá aplicar lo aprendido a futuras iniciativas de Diseño. Con la información que ayude a generar mediante su participación en los estudios preliminares contribuirá a diagnosticar y a definir el problema de Diseño en sus múltiples dimensiones, para formular los antecedentes, las restricciones y los requisitos que caracterizan todo acto proyectual, mucho antes de trazar la primera línea del diseño.

Referencias bibliográficas

- Berger, Peter y Luckmann, Thomas (1993). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Giddens, Anthony (1996). *Sociología*. Madrid: Alianza.
- Humphrey, John y Jones, Christopher (1978). *Métodos de diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Moles, Abraham (1978). *Sociodinámica de la Cultura*. Buenos Aires: Paidós.
- Norman, Donald (1990). *La Psicología de los Objetos Cotidianos*. Madrid: Nerea.
- Simon, Herbert. (1992). «La teoría del procesamiento de la información sobre la solución de problemas». En Carretero, Mario y García Madruga, Juan (comp.).

Lecturas de psicología del pensamiento. Razonamiento, solución de problemas y desarrollo cognitivo (pp. 197-219). Madrid: Alianza.

Therborn, Göran (1992). *Peripecias de la Modernidad. El porvenir de las clases y del socialismo en la era postindustrial*. Buenos Aires: El Cielo por Asalto-Imago Mundi.

Referencias electrónicas

Hutchins, Edwin (2000). «Distributed Cognition» [en línea]. Consultado el 15 de marzo de 2017 en <<http://files.meetup.com/410989/DistributedCognition.pdf>>.

International Council of Graphic Design Asociations (ICOGRADA) (2013). *Consejo Internacional de Asociaciones de Diseño Gráfico* [en línea]. Consultado el 15 de marzo de 2017 en <<http://www.ico-d.org/about/index#defining-the-profession>>.

Marincoff, Gustavo (2010). «Difusión de la Innovación Didáctica. Evaluación de la Plataforma WebUNLP entre Estudiantes Universitarios de Diseño». *Segundas Jornadas de Intercambio de Experiencias en Educación a Distancia* [en línea]. Consultado el 16 de marzo de 2017 en <http://www.unlp.edu.ar/uploads/docs/difusion_de_la_innovacion_didactica__evaluacion_de_la_plataforma_webunlp_entre_estudiantes_universitarios_de_diseno.pdf>.

Marincoff, Gustavo; Cortés, Karina y Valesini, Silvina (2005). «Arte-Diseño-Comunicación: una aproximación interdisciplinaria al perfil del estudiante». *I Congreso Iberoamericano de Investigación Artística y Proyectual* [en línea]. Consultado el 16 de marzo de 2017 en <<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/40647>>.

World Design Organization (2015). *Organización Mundial del Diseño* [en línea]. Consultado el 15 de marzo de 2017 en <<http://wdo.org/about/definition/>>.

Notas

1 «Industrial Design is a strategic problem-solving process that drives innovation, builds business success and leads to a better quality of life through innovative products, systems, services and experiences. Industrial Design bridges the gap between what is and what's possible. It is a trans-disciplinary profession that harnesses creativity to resolve problems and co-create solutions with the intent of making a product, system, service, experience or a business, better. At its heart, Industrial Design provides a more optimistic way

of looking at the future by reframing problems as opportunities. It links innovation, technology, research, business and customers to provide new value and competitive advantage across economic, social and environmental spheres. Industrial Designers place the human in the centre of the process. They acquire a deep understanding of user needs through empathy and apply a pragmatic, user centric problem solving process to design products, systems, services and experiences. They are strategic stakeholders in the innovation process and are uniquely positioned to bridge varied professional disciplines and business interests. They value the economic, social and environmental impact of their work and their contribution towards co-creating a better quality of life» (World Design Organization, 2015). Traducción del autor del artículo.

2 «Design is a constantly evolving and dynamic discipline. The professionally trained designer applies intent to create the visual, material, spatial and digital environment, cognizant of the experiential, employing interdisciplinary and hybrid approaches to the theory and practice of design. They understand the cultural, ethical, social, economic and ecological impact of their endeavors and their ultimate responsibility towards people and the planet across both commercial and non-commercial spheres. A designer respects the ethics of the design profession» (ICOGRADA, 2013). Traducción del autor del artículo.