

La diferencia con Brasil es que para sus docentes debe ser emblema de sus universidades. Deben ser Profesores-Investigadores. Y con diferencia para cada rol.

Luego de las ponencias, la formación de mesas de debate con la figura de un moderador y la previa circulación de los abstracts para un debido debate académico. Inclusión de los alumnos.

Listado de asistentes a la Comisión de Trabajo Investigación y Teoría del Diseño:

- Dardo Arbide. Instituto Superior de Ciencias. Argentina
- Fabián Bautista Saucedo. CETYS Centro de Enseñanza Técnica y Superior. México
- Flavio Bevilacqua. Instituto Superior de la Bahía. Argentina
- María Inés Boffi. Instituto Superior de Ciencias. Argentina
- Walter Castañeda. Universidad de Caldas. Colombia
- Fanny Carolina Consuegra Rincón. Universidad Nacional de Colombia. Colombia
- Bruno Cruz Petit. Universidad Motolinía del Pedregal. México
- Vera Damazio. Pontificia Universidade Católica Do Rio de Janeiro. Brasil
- Carmen Diez. Universidad San Sebastián. Chile
- Pablo Mauricio Escobar Escobar. Universidad San Sebastián. Chile
- Olivia Frago Susunaga. Universidad La Salle. México
- Jimena Mariana García Ascolani. Servicio Nacional de Promoción Profesional SNPP. Paraguay
- Jimena Mariana García Ascolani. Universidad Comu-nera. Paraguay
- Andrea Gergich. Gutenberg Instituto Argentino de Artes Gráficas. Argentina
- Mariana Gómez Londoño. Escuela de Diseño ESDITEC. Colombia
- Luz Gómez M. Arturo Tejada Cano - Escuela de Diseño y Mercadeo de Moda. Colombia
- María del Pilar Granados. Universidad del Cauca. Colombia
- Miguel Hernández. Universidad San Sebastian. Chile
- Wilson Kindlein Júnior. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Brasil
- Joana Lessa. Universidade do Algarve. Portugal
- Blanca López Pérez. Universidad Autónoma Metropolitana. México
- Romina Massari. Escuela de Arte Xul Solar. Argentina
- Claudia Luz Montoya Rojas. Arturo Tejada Cano - Escuela de Diseño y Mercadeo de Moda. Colombia
- María Fernanda Noboa. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Ecuador
- Nelly Peniza. Universidad de la República. Uruguay
- Maria da Conceicao Pereira Bicalho. Universidade Federal de Minas Gerais UFMG. Brasil
- Graciela Inés Pérez Pombo. Instituto del Profesorado de Arte N°4 de Tandil. Argentina
- Martha Sofía Prada Molina. Universidad Pontificia Bolivariana. Colombia
- Alexander Pulido Marin. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Ecuador
- Paula Viviane Ramos. UniRitter Centro Universitario Ritter dos Reis. Brasil
- Leila Maria Reinert do Nascimento. Universidade Presbiteriana Mackenzie. Brasil
- Edgar Saavedra Torres. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Colombia
- Zuleica Schincariol. Universidade Presbiteriana Mackenzie. Brasil
- Carlos Vargas Cuesta. Corporación Universitaria UNITEC. Colombia

Comisión de Trabajo: La Sociedad y el Mercado en la Enseñanza

Equipo Coordinador:

Responsable: Fernando Del Vecchio

Yanina Moscoso Barcia / Beatriz Matteo

Aclaración: Este texto no pretende ser dichos textuales sino acercar a los lectores una visión general de lo trabajado en la comisión durante los días en los que sesionó. Está elaborado con los apuntes tomados por los coordinadores y aportes de los asistentes.

La comisión sesionó en el Tercer Plenario, basándose en el documento "Documento Voces y acciones del diseño latinoamericano", partieron desde el planteamiento de temas de mutuo interés.

• Día 29 julio / Día 30 julio

Temas de Interés

António Lacerda. Universidade Do Algarve [Portugal]: Los trabajos de los alumnos están hechos desde adentro para adentro. Hay vacío de realidad, aunque hay cursos.

Cynthia Vera. Instituto Superior de Diseño Palladio [Argentina]:

Coincide con Antonio sobre la producción de los alumnos; abundante investigación (de historia, por ejemplo), hay buen avance pero hay un corte con la vida laboral. Los alumnos trabajan mucho pero no lo pueden vincular con el mundo del trabajo. Se organizan pasantías y se conecta el instituto con empresas, pero los estudiantes no encuentran conexión con la realidad. Al salir no saben cómo enfrentarse, les cuesta el enlace del adentro con lo de afuera. La institución sigue en contacto con ellos, les dan Marketing, pero al salir de este mundo ideal no saben cómo moverse. También les ofrecen charlas de gestión, seminarios de marketing. Aún así han un salto al vacío al dejar la institución.

Raúl Martínez. CETIC Centro de Estudios Técnicos para la Industria de la Confección [Argentina]:

El alumno de Diseño de Indumentaria se cierra en sí mismo y no muestra interés por las demás disciplinas vinculadas al diseño (producción). Tenemos curso de dos años y carrera de tres. El contenido de las materias es el mismo. Los alumnos no respetan al equipo: haya personas de área técnica, moldería, confección, etc. Hay negativa del diseñador, no reconocen el enriquecimiento de cuando todos participan. La negativa es a conocer procesos adicionales al diseño. Ejemplo: proceso y máquina de costura, moldería, etc.

Diego Fernando Barajas Sepúlveda. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia [Colombia]:

El estudiante no se relaciona con las necesidades de la sociedad en cuanto a diseño. Preocupación por la situación idealista del alumno. Imaginario de que no coincide

con la necesidad real de las personas de la sociedad. Vieron que el secreto está en la empresa (participar): ¿qué producto va a aportar, qué puede hacer ese estudiante?

Flavia Delego. Escuela de Diseño y Moda Donato Delego [Argentina]:

La formación del diseñador debe ser integral, moldería, producción, etc. Existe la necesidad de diseñadores formados de manera integral. La escuela es generadora de oficios. Me piden gente continuamente. La formación es integral y no crecen si no aprenden el oficio. Se trata de una formación en todo antes que en el diseño. Se pone hincapié en el oficio antes que en el diseño.

Unión de centro de educación para que las empresas se acerquen y muestren el campo propicio a los alumnos. Se propone una comunidad de diseño aunada para que todos vean el material que se produce (concurso general de diferentes instituciones, por ejemplo).

Graciela Carta. Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales - UCES [Argentina]:

Se da el mismo problema a nivel publicitario, está la misma fractura, el estudiante tiene poca salida guiada hacia el mercado y encuentra una desconexión entre las actividades académicas y la vida laboral. Una cosa es el estudiante y otra cuando sale a trabajar. Preparaciones demasiado abstractas, poco orientadas al mercado. Falta *feedback* empresa - institución educativa.

Amarilis Elías. Universidad del Zulia [Venezuela]:

Crear diseñadores conscientes de su rol de comunicadores dentro de la sociedad. Preocupación por el rol del Diseñador Gráfico en la sociedad. Apuntar a embellecer y no ensuciar la ciudad. Crear conciencia del rol de comunicadores/educadores/formadores. Vender sin destruir ni dañar por todo lo que salga a la calle.

Fernando Del Vecchio [Argentina]:

¿Cómo desde la enseñanza se forman diseñadores con esta dificultad para vincularse con el mercado, para trabajar en equipo?

Raúl Martínez [Argentina]:

El diseñador crea de manera de poder producir su diseño (moldería, confección, etc.), pero los estudiantes sólo se interesan en el diseño y no su resolución constructiva. Nuestro Diseño participa en desfiles de modelos (2do. y 3er. año). Se imparten clases especiales. La prenda no se puede vestir. El Diseño se quiere mostrar como único. La institución hace cartilla para promocionar al diseñador. El fin es que el alumno decida si le interesa o no.

Flavia Delego [Argentina]:

¿Cómo enseñarle al alumno a que se 'venda' como diseñador? Importancia de marketing de moda, no sólo la formación del diseñador desde el oficio. Todos participan de los desfiles que se organizan. El Diseñador aprende a venderse, pero marketing de moda como materia es fundamental. Enseñarle al alumno que se venda como Diseñador desde lo comercial y legal, debe recibir asesoría para sentirse libre al salir de la escuela. Formar diseñadores y darles herramientas.

Fernando Martínez. Instituto Universitario Bios [Uruguay]:

¿Formamos diseñadores o formamos profesionales en diseño, Licenciados en Diseño)? Insertar los conceptos teóricos directamente en el taller. Existe desde el diseño la acción social y la práctica cultural. Planes de estudio amplios. ¿Cuáles son los objetivos al enseñar diseño? Extensión, investigación, pasantías, quedan relegadas por la formación para la salida laboral.

Teoría del diseño ¿es la teoría muy teórica? Está la teoría descontextualizada para Latinoamérica, que no es Europa. De la mano del diseño viene la práctica social y cultura. ¿Qué capacidades queremos desarrollar en nuestros profesionales? ¿Formación del gestor inserto en la empresa? Adaptación de planes de estudio.

Santiago Aránguiz Sánchez. Universidad del Pacífico. Chile [Chile]:

¿La universidad debe entregar al mercado lo que éste necesite o es también el mercado el que modifica a la universidad? La facultad debe mostrarle al estudiante la realidad laboral, el estudiante invierte mucho dinero en su educación y se enfrenta con un mercado que le va a pagar un salario igual o similar a un obrero. Nosotros formamos gentes, vendemos diseñadores a un mercado desordenado, desvirtuado. Chile desde lo gubernamental está revisando los programas de estudio de todas las Universidades. ¿La Universidad modifica al mercado o viceversa?

En todo hay diseño, sin embargo el diseñador está afuera. Formamos diseñadores entre 2 a 5 años, que cuando salen al mercado no cobran sueldos acordes. Es necesario trabajar con el empresario, es muy importante para que el alumno que quiere recuperar su inversión. Pero hoy buscan socios que necesitan conocer sobre cultura, gestión, ¿qué hacemos nosotros para formar a estos alumnos y que no les falta nada al salir?

Edgar Andrés Moreno Villamizar. Universidad del Norte de Barranquilla [Colombia]:

Los imaginarios, ¿cómo se pueden manejar desde la Academia? La facultad debe analizar el perfil de los estudiantes para decirle en poco tiempo si va a funcionar como diseñador en el mercado o si el diseño no es lo suyo. Existen distintos imaginarios, el que el estudiante tiene con respecto a lo que es ser diseñador; el que el mercado y la sociedad creen que el diseñador es; y lo que la universidad cree que el diseñador debe ser, es decir, los imaginarios del estudiante, de la sociedad, la industria, la empresa. Recibimos estudiantes, no todos con el perfil del diseñador, por lo que le damos la maleta de herramientas, pero no sabe qué hacer con ella. ¿Deberíamos apoyarlos o desestimarlos?, al cabo de un tiempo de evaluarlos. Esta es la clave. El imaginario de las universidades puede tener un norte más claro de lo que quieren de sus estudiantes, pero el diseñador está un piso más arriba, entonces es el 'loco', no cambia el *status quo* para el diseñador versus las carreras convencionales. El imaginario industrial similar al de la universidad: piensan que lo bueno está afuera (traigo el molde de Italia...) Muchas veces el diseñador se olvida

de serlo por sobrevivir, tenemos desvirtuada la realidad y entonces se afecta la sociedad.

Diego Fernando Barajas Sepúlveda [Colombia]:
El mercado es el que crea al diseñador o es el diseñador es el que posiciona en el mercado, según su interés (diseñador que genera productos, un diseñador que sea investigador, un diseñador que sepa gestionar, promover, vender).

El diseñador (desde la universidad) debe poder hacer todo, y en definitiva, no se especializa en nada, está en todas las áreas y en realidad no profundiza en ninguna. Tres énfasis del diseñador en Colombia: Diseñador operativo, Diseñador estratégico: gestión, planes de negocio, es más metódico, y Diseñador investigador: actualizándose en el negocio. ¿Qué necesita el mercado? Uno que reúna las tres cosas. Un todo. No sabemos enseñar a respetar los espacios propios y de los demás.

Edgar Andrés Moreno Villamizar [Colombia]:
Son 3 perfiles incompatibles y queremos formar uno con todo; que sepa de todo y no sabe nada.

Cynthia Vera [Argentina]:
En las empresas un diseñador no sólo diseña, sino que se le exige que también genere la moldería, el *packaging*, etc. Siendo que en realidad el diseñador debe auxiliarse, debe saber un poco de todo, pero debe poder tener la capacidad de delegar especialidades a otros. Dificultad para trabajar en equipo.

Lo eleva a todas las carreras: "somos toderos en muchas profesiones" pero en diseño pueden manipular y tener un producto, pero quieren hacer todo solos, no piden ayuda para gestionar o publicitar. Se encierran en un "yo lo puedo todo". Nosotros hacemos Diseño industrial y es un poco distinto por que necesitamos del de afuera que nos convoque. El Diseño de Interiores tiene miedo, dificultad para trabajar en equipo.

Graciela Carta [Argentina]:
La sociedad no reconoce públicamente al diseñador y al creativo publicitario como profesionales al mismo nivel de otros universitarios (médicos, abogados, contadores). El Diseño y la Comunicación son carreras en vías de desarrollo. Cuesta el reconocimiento público para el publicista, el diseñador, el comunicador. Acá gran potencial creativo, enorme, sin límites.

Edgar Andrés Moreno Villamizar [Colombia]:
¿Quién hace las cosas? ¿Cómo hace las cosas? ¿Cómo me sirve que las haga? Hablando del trabajo en equipo. El ingeniero se cierra y nosotros nos cerramos. Es de parte y parte. Concepto de Diseño "piensa locuras, cosas no solucionables", que son conceptos sociales.

Flavia Delego [Argentina]:
Falta de compromiso del estudiante de diseño, cree que es fácil o divertido y se da cuenta en el camino que no es tan fácil y se produce deserción.
Falta compromiso con los adolescentes en Argentina. Porque desertan al ver que no es fácil. Estudio/investigación: creen que es mágico el tema del *enter*, la ima-

gen, lo creativo. Entran por buscar una salida laboral, porque es *Light*, por que es divertido y después ven que no es tan fácil y desertan.

Edgar Andrés Moreno Villamizar [Colombia]:
Existe más falta de compromiso que de talento. La pasión...

Fernando Martínez [Uruguay]:
La universidad debe pensar que lugar ocupan los diseñadores en la sociedad y hacer entender a través de los profesionales que formó, que el diseñador cumple una función social tan importante como un médico.

Nosotros estamos haciendo gente con maestrías en Diseño, que pueden ser ingenieros, y con dos años de diseño tienen un master con conocimientos que el diseñador no tiene. Problema: la formación del profesional. La universidad tiene eje filosófico que ha perdido. La Enseñanza ha sido el Norte pero la investigación y extensión se han quedado. Debe ser un Profesional capaz de sentarse en el Congreso y hablar de por qué hay que darle importancia al diseño. La carrera de Diseño debe ser parte de las políticas de un país. Que proyección social y alcance tiene una carrera, debe ser dado a conocer.

Amarilis Elías [Venezuela]:
Las áreas prioritarias para el Estado, en su país, el agro, alimentación, medicina, arquitectura, la comunicación no está y el Diseño tampoco.

Hay diferencias de dignificación de los profesionales. En nuestra institución se iniciaba con proceso de selección porque no todos pueden ser diseñadores. Las pruebas son muy rigurosas. 50 cupos, 4000 postulantes. Esto fue abolido y hoy entran al azar. Hay moda de estudiar Diseño, entonces muchos calientan silla y debilitan la profesión. El Diseñador no puede trabajar aislado y para si mismo. Los Planes de estudio no son para formar "toderos", son buenas las especializaciones, pero no tenemos porque apenas estamos comenzando.

Santiago Aránguiz Sánchez [Chile]:
Cada uno tiene que perfeccionar lo que tiene y está haciendo.

Preguntas guías

- Flavia Delego [Argentina]: Intercambios de alumnos entre universidades ¿cuál sería la forma para interactuar entre instituciones? Cada escuela ofrece un proyecto con el fuerte puesto en el diseño, la gestión, la industria. ¿La forma en que el diseñador trabaja, emula a la forma en que lo hacen las universidades?

- Santiago Aránguiz Sánchez [Chile]: Empresa y Universidad: ¿cómo hacemos esto? El Diseñador debe ser muy buen comunicador, su alianza con la empresa y todo lo que refiera el accionar social deben hablar al respecto. Recibir la crítica constructiva para el cambio. Pero los celos, intereses, competencia, nos cierran. Los Diseñadores no podemos comunicarnos efectivamente.

- ¿Qué responsabilidad tenemos como educadores?

- ¿Si formamos comunicadores con quién tenemos que hablar para saber que lo estamos haciendo bien?

- ¿Qué valores transmitimos desde la Universidad para que el estudiante después, actué éticamente?

- ¿Cuál es el rol de la Universidad hacia atrás? ¿Desde las escuelas? ¿Podemos trabajar con el Estado para que el alumno llegue con el nivel adecuado?

- ¿Qué cosas debe hacer la Universidad para dar soluciones?

- ¿Cuáles son las estrategias para que el estudiante sea un protagonista de su proceso?

- ¿Cómo va a hacer el alumno para armar su futuro?

- ¿Que responsabilidad tenemos como educadores para transmitir valores?

- ¿Debería ser la Universidad la que aporte soluciones a la sociedad? ejemplo: Medidas antropométricas de la población actual, promover la ley de talles. Sin investigación no hay crecimiento. Por cuestiones de impacto el Diseño no está al nivel de las otras carreras más convencionales.

- ¿Cómo la universidad puede guiar a los estudiantes para que se insertan en el mercado laboral?

- Raúl Martínez [Argentina]: ¿Qué podemos cambiar para que los estudiantes tengan una real posibilidad de inserción social?

- ¿Qué responsabilidad tenemos los educadores para que los estudiantes puedan cumplir sus sueños?

- ¿Qué valores selecciona la universidad para transmitirle a los jóvenes? ¿Cuál es la responsabilidad de la universidad para exigir al Estado que los estudiantes que llegan al nivel universitario realmente tenga un nivel educativo universitario?

- ¿Cuál es la función de la universidad en el área de Diseño? La investigación ya que no hay producción de conocimiento en diseño.

- ¿Cuáles son las estrategias para que el estudiante sea un protagonista (no un cliente) en la generación de conocimientos?

Análisis: El cometido de la Universidad es creación de conocimientos, extensión y enseñanza. Cualquier persona que sabe de algo asumimos que puede enseñar. Falta formación docente, necesidad de herramientas para transmitir.

El Diseñador tiene que tender el puente y acercarse a los demás profesionales de carreras convencionales.

No hay sustento legislativo, no se responde a un Ministerio (producción, bienestar).

Se habla de ascenso intelectual, pero considera que el Diseño es joven y necesita de la ciencia. 80% del Diseño es identificar el problema, la metodología del Diseño es el problema.

Preguntas finales

Se abrevia lo anterior en dos preguntas:

1. ¿Cuál es el cometido de las Universidades, en la producción de conocimiento, extensión y docencia inherentes en el campo específico del diseño? Y cómo se articula (la universidad) con otras agentes educadoras y la sociedad.

2. ¿Cómo la enseñanza del diseño puede insertarse en el sistema de formación profesional universitario y mejorarlo para estar al mismo nivel que los otros especialidades de educación superior?

Reflexiones finales

Es necesario que las universidades y centros de formación, fomenten la Investigación dentro de la disciplina y para esto se hace fundamental que a forma en los interesados en investigar los lineamientos y metodologías disciplinarias para que se formule correctamente el trabajo. Enseñar a investigar.

Se necesita investigación disciplinada porque al Diseño le falta método científico. Se necesita capacitar al docente en los métodos de investigación para que la forma de llegar a las conclusiones sea ordenada y sistemática como en otras disciplinas. Debemos saber formular científicamente las cuestiones del Diseño. En Chile, 10 o 15 años atrás aparecen las primeras investigaciones (marca, campañas políticas, etc.) muy bien hechas pero ni siquiera incipientes para lo que es la carrera. Investigación como soporte bibliográfico, disciplinario, soporte del conocimiento, a nivel de formulación como el resto de las disciplinas. Acceder a fondos de investigación que ya están disponibles para otras profesiones, pero no para el diseño y la comunicación. Armar centros de investigación en diseño. Nos quedamos en la parte artesanal.

Se podría crear un centro de investigación en diseño.

Es importante conectar al diseñador con la sociedad y viceversa.

Aprovechar los recursos de cada región en la que está inmersa la sociedad - universidad - diseñador para poder generar una identidad competitiva.

Buscar identidad que permita una diferenciación. Fenómeno / Herencia / Medio / Identidad cultural.

El diseñador no puede prescindir de lo Multidisciplinario e Interdisciplinario.

Más que pasantías (que involucran a pocos estudiantes), es importante que las universidades lleven las empresas a las aulas para que 'encarguen' actividades a los alumnos para que en equipos diseñen objetos que satisfagan los requerimientos de la empresa.

De esta manera se involucra a los estudiantes en proyectos e investigaciones reales.

Pertenece a una generación de cambios rápidos que nos atropella y no nos deja las cosas claras. Hay costos y resistencias al cambio. Hay que compaginar aceleradamente con el resto del mundo, con la investigación en Diseño y Publicidad, que son carreras asociadas a lo raro, lo nuevo. Pero para generar esto hay que tener una base sólida de sustento teórico. El Diseño tiene poco contacto con lo social y sus necesidades. Es necesario dar respuesta desde la practicidad, desde la Universidad.

Prestar atención a lo regional fue disposición que no funcionó, pero en el Diseño debería pasar un poco más. Mirar mejor la realidad en la que se está inmerso. Interpretar el Diseño, según el medio.

La Universidad debe ser contextualizadora del conocimiento del diseñador, explotar las capacidades que le da la región para establecer el Diseño como recurso estratégico de capacitación.

Identidad/país, imagen/país, se puso de moda, pero los mismos diseñadores lo critican y destruyen por inmadurez, porque el soporte es frágil ya que la teoría nos viene importada. Hemos sido inspirados por teóricos europeos, pero trabajar la identidad nos va a permitir no copiar, despegarnos del resto.

Herencia-medio-identidad de cultura. Reconocer nuestras limitaciones y tratar de avanzar en caminos ya delineados requiere trabajo multidisciplinario. Solos, los Diseñadores no pueden con esta realidad. Hacen falta reuniones, hablar con educadores, industriales, sectores de la economía, registro de marca... Estamos en una fase de inocencia, fase primaria del crecimiento.

¿Qué acciones proponemos? ¿Reuniones? El punto es la iniciativa. Alguien que nos conecte con ciertos núcleos de interés. El rol de la Universidad es determinante en la educación, hagamos alianzas estratégicas para abordarlos desde el punto de vista del Diseño aunque no los solucionemos.

¿Investigación? ¿En qué? ¿Por qué debería ser el Diseño una disciplina universitaria? ¿Por qué no un profesional? Que esto sea producto de un acto reflexivo. Desarrollar teorías adaptadas al contexto de cada país. Teoría significa contemplación, por lo que cada uno mira lo propio, no hay teorías universales.

Profundizar en metodología. Hay teorías metodológicas ontológicas ¿cómo se hace?, otra dimensión es la deontológica: hay una ética, ¿es necesario generar necesidades donde no las hay? No se diseñan necesidades.

Actividades de extensión: la investigación no excluye la actividad sino que habla de mantener la teoría. El Diseño debe ser un teórico. Que tenga proyección social lo que se investiga. En la Universidad de Uruguay, las empresas piden diseños y los alumnos diseñan productos, campañas. El proceso de proyección Universidad al medio social hay que involucrar al estudiante, darle responsabilidades reales.

Desarrollar la pedagogía y la didáctica específicas para llevar todo esto adelante.

Comentarios finales individuales

Resumen de Apuntes. Fernando Martínez. Instituto Universitario Bios. Uruguay

1. Referencia al Shock experimentado por estudiantes al encontrarse con el mundo laboral.

- La cuestión es la relación del plan de estudio y la modalidad de proyección al mercado y la sociedad.

- Se produce un salto al vacío una vez que dejan la institución.

- Atender la conexión academia sociedad.

- Se reconoce que en este sentido el elemento clave es la empresa. Lo que se anotó en este sentido, es básicamente el recurso de la pasantía.

2. Se planteó la dicotomía Diseñador vs. Licenciado en Diseño. El profesional que las Universidades forman en el área del Diseño es un diseñador, o su campo de acción asociado al diseño es más amplio.

- Se hizo referencia a las funciones básicas de la Universidad: Investigación, Extensión y Enseñanza.

- A partir de ello se discutió :

- La cultura del Diseño.

- Qué es lo que el diseño tiene para ofrecer al medio empresarial, al medio social.

- Cuál es el concepto de diseño que se maneja a nivel popular, empresarial, etc.

- La incidencia de la teoría en el campo del diseño en general.

- La incidencia de la concepción de los planes de estudio.

- La cuestión empresa y sociedad.

- Es apropiado en tal sentido considerar al Diseño como valor agregado o potencial de competencia de mercado; o ver al Diseño también como acción social, como práctica cultural.

- Se hizo referencia al enriquecimiento cultural que viene de la mano con el diseño. Enriquecimiento cultural.

- En cuanto a competencias, aptitudes y actitudes se comentó:

- Sobre la conveniencia de promover el trabajo en equipo.

- Trabajar hacia adentro versus trabajar para el medio como necesidad.

- Se hizo también referencia a la falta de formación en ciertos oficios.

- Sobre la experiencia en la gestión del diseño y el desarrollo de competencias inherentes.

- ¿El marketing de la Moda y el tipo de sociedad que queremos?

3. Sobre la intervención de Santiago Aránguiz Sánchez. Universidad del Pacífico. Chile:

- Sobre las dificultades y barreras para la certificación del estado.

- La universidad como modificadora del mercado. Su incidencia en la sociedad como factor de cambio.

- El diseño fuera de las políticas públicas.
- Trabajar con el empresario es un tema clave.
- Qué estamos haciendo como universidades para formar a los profesionales.

4. Intervención de Edgar Andrés Moreno Villamizar. Universidad del Norte de Barranquilla. Colombia:

- ¿Cómo manejar los imaginarios desde la academia?
- Hay estudiantes que no tienen perfil de diseñador.
- Cambiar el imaginario del estudiante (cambio actitudinal /más que conceptual o procedimental.)
- Ese imaginario es un elemento tenemos en contra.
- ¿Qué estamos formando?: Investigador, Gestor o Diseñador.

5. ¿Qué niveles o tipos de formación? ¿Qué conductas de entrada?

- No cualquiera puede ser diseñador. Hay aptitudes especiales.
- La inconveniencia o no de la formación de Todos. El diseñador quiere hacer todo solo. El trabajo interdisciplinario
- ¿De qué hablamos cuando hablamos de gestión del diseño?
- “Uno no tiene que saber de todo” debemos traducir esto en términos más académicos. ¿Cual es la masa crítica de conocimientos posible?
- Cuestiones comunes entre las carreras de diseño y comunicación.

6. Intervención de Fabiane Wolff. UniRitter Centro Universitario Ritter Dos Reis. Brasil:

- Trabajo con inserción en la empresa y en el medio social.
- Fabricación de papel con gente carenciada. Trabajo con la comunidad.

7. Otras preguntas:

- ¿Cuál es el ámbito epistémico del diseño? ¿Cuál es el nicho en el que posteriormente se emplazan los egresados?
- ¿Cuál es la función de las universidades, en la cuestión del diseño? ¿Qué es lo que éstas deben promover?
- ¿Qué conocimientos manejamos, de Diseño? ¿Cuál es la situación de la investigación en este campo? ¿Qué diseño, Acción social y Práctica cultural?
- ¿Cuáles son las tareas educativas inherentes al diseño? Relación diseño educación.
- Cual es el aporte del diseño al medio social en una realidad como la de nuestros países.
- ¿Cuál es el rol de las universidades en el campo del diseño?
- ¿Qué tipo de profesional debemos entonces formar?
- Plan de estudios
- Estrategias y modalidades de inserción en el medio.

8. Nueva intervención de Chile.

- ¿Formación por competencias? Sobre la existencia de un fondo para promover doctorados en el exterior en Chile. Becas, con el 10 % duplicamos los doctores en Chile.
- ¿Diseño y comunicación que pasa con esta dualidad?
- ¿Dónde fallan los comunicadores y los diseñadores?

- ¿Cómo surgen las carreras de diseño en nuestros países?

9. Recursos a desarrollar:

- Didáctica de las disciplinas del proyecto.
- Pedagogía del diseño.
- Formación docente para el Diseño. El problema de la docencia ejercida por Diseñadores.

Apuntes sobre el final:

- Aporte del diseñador a la Universidad. Soy diseñador o universitario. La jerarquía de la profesión.
- La cuestión de la Arquitectura dependencia.
- Síndrome del rey extranjero y la formación de post-gradados.
- En Colombia, hay una ley que obliga a tener un diseñador. En las empresas eso no se cumple ¿Quién cumple con la teoría del diseño? ¿Quién la elabora? La pregunta dos, es una respuesta en realidad.

Resumen de algunos aportes y conclusiones finales:

Investigación. En líneas tendientes a dar respuesta a la pregunta: ¿por qué debería desarrollarse el diseño como disciplina en la Universidad? ¿Cuál es el aporte del diseño a la sociedad? ¿Cuál es el aporte del diseño al mejoramiento de la calidad de vida del ciudadano?

Desarrollar una Teoría de Diseño adaptada al contexto de nuestros respectivos países. Desarrolla las claves para “pensar el diseño”.

Profundizar en el estudio de los recursos metodológicos. Desarrolla la didáctica y pedagogía del diseño.

Es necesario desarrollar una deontología del diseño.

Cuestión de la identidad del país Herencia medio y expresión de cultura.

Promover actividades de extensión. Alcanzar a los distintos órdenes de la sociedad, que entiendan que deben involucrarse.

Listado de asistentes a la Comisión de Trabajo La Sociedad y el Mercado en la Enseñanza:

- Santiago Aránguiz Sánchez. Universidad del Pacifico. Chile
- Diego Fernando Barajas Sepúlveda. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Colombia
- Graciela Carta. Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales - UCES. Argentina
- Flavia Delego. Escuela de Diseño y Moda Donato Delego. Argentina
- Amarilis Elías. Universidad del Zulia. Venezuela
- Massimo Ferrosi. Istituto Tecnico Vittorio Emanuele. Italia
- António Lacerda. Universidade Do Algarve. Portugal
- Raúl Martínez. CETIC Centro de Estudios Técnicos para la Industria de la Confección. Argentina
- Fernando Martínez. Instituto Universitario Bios. Uruguay
- Alejandra Massimino. CETIC Centro de Estudios Técnicos para la Industria de la Confección. Argentina
- Edgar Andrés Moreno Villamizar. Universidad del Norte de Barranquilla. Colombia
- Hilda Sánchez. Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez. Venezuela
- Cynthia Vera. Instituto Superior de Diseño Palladio - Mar del Plata. Argentina
- Fabiane Wolff. UniRitter Centro Universitario Ritter Dos Reis. Brasil