

fortalecen la ideología divulgada, defienden el status quo o permiten la manipulación ideológica.

En el nivel proposicional se tiene en cuenta la estructura superficial y el análisis proposicional. Se mira lo que se dice y se compara con la real intención del enunciario.

Por último en el nivel de nominalizaciones se analiza la coherencia local y global así como lo implícito y lo explícito en el texto elegido.

Raúl Rodríguez y Kilo Mora³ proponen un análisis intertextual y metatextual del mensaje publicitario destacando la condición de ser proclive a discursos heterogéneos como el manga, el punk, culturas y géneros literarios entre otros. En este tipo de análisis podemos encontrar relaciones de un mensaje con el medio en el cual es emitido, con la historia comunicativa de la marca, producto, servicio o experiencia anunciada.

El análisis de contenido nos permite agregar los principios de la investigación científica, la aplicación sistemática de reglas y procedimientos metódicos a textos que para algunos sólo parten de la inspiración o

el chispazo creativo. Algunos autores como el profesor Dr. Raymond Colle⁴, establecen unas pautas interesantes para la correcta aplicación de la herramienta AC.

La ponencia pretende la presentación de un modelo de análisis específico para campañas que generan identidad nacional, específicamente en el caso Colombia.

Notas

1. Rivera Betancur, Jerónimo León. Osorio Osorio, Jhon Jaime. Sánchez Zuluaga, Uriel Hernando. La imagen, una mirada por construir. Editorial L. Vieco e Hijos Ltda. Medellín 2004
2. Van Dijk, Teun A. Ideología. España, Gedisa, 1998
3. http://www.labcom.ubi.pt/jornadas_pubcomunicacao/COVILHAWEB.pdf
4. http://www.puc.cl/curso_dist/conocer/analcon/index.html

Luis Rodrigo Viana Ruiz. Publicista, candidato a Magíster en Lingüística. Docente Universidad de Medellín (Institución miembro actas escuelas de diseño)

Facultad de Arquitectura y Diseño - Departamento de Diseño. El Diseño en la Universidad de los Andes - Colombia

Freddy Zapata

El nuevo currículo del Departamento de Diseño a partir de enero de 2006 ha surgido de la revisión, discusión y reformulación de su plan estratégico, Misión y Visión, alineada con el Plan de Desarrollo Institucional (PDI) de la Universidad de los Andes¹. Se orientó a crear un espacio académico de excelencia en la enseñanza y el aprendizaje del diseño, bajo 4 líneas de visión: creación de estándares de calidad, ser un programa de vanguardia en pregrado y postgrado, instrumentación en la investigación, desarrollo y gestión de proyectos, y brindar una formación integral de profesionales en diseño. Bajo estos lineamientos se creó un desarrollo metodológico propio, fruto de las dinámicas de trabajo interactivo con profesores, estudiantes, egresados y otros actores de la industria y la academia, que han permitido vislumbrar la disciplina del diseño como un campo de conocimiento, integral e integrador, cuyos saberes interactúan con las disciplinas, las profesiones y las ciencias. Dada la tendencia a la especialización de los saberes, se encuentra que el diseño surge, como algunas disciplinas, de la hibridación (ICFES, 2003) entre las ciencias naturales, las ciencias sociales y las humanidades.

Así el grupo de trabajo ha reconocido, en el ejercicio del diseño, una variedad de síntesis e interrelaciones científicas y disciplinares que permiten establecer y desarrollar, dentro del contexto de la Universidad de los Andes y para el enriquecimiento de la disciplina, nuevas dinámicas académicas e interacciones pedagógicas al integrar saberes de vanguardia y tradición,

con aquellas dimensiones del desempeño humano típicas de nuestro ámbito profesional y disciplinar.

Bajo estas condiciones los siguientes aspectos a continuación corresponden a la estructura que identifica la actividad académica:

Formación en Diseño de los Andes

El potencial del diseñador Uniandino se fundamenta en su capacidad de establecer un diferenciador auténtico ante la sociedad, el mercado y la industria; es capaz de investigar, detectar espacios para la innovación, generar conceptos y manejar todos los recursos con sostenibilidad.

La misión del Departamento de Diseño de la Universidad de los Andes es ser un espacio académico de excelencia, donde se forman profesionales con potencial de liderazgo, capacidad creativa y actitud innovadora. Sus egresados pueden abordar de manera crítica y flexible las distintas especialidades del diseño, tienen la capacidad de liderar la agregación de valor desde el sector creativo e impulsar el diseño y la humanización de la tecnología en un contexto multidisciplinario y global. La formación de los diseñadores Uniandinos se basa, por una parte, en la comprensión del ser humano en sus relaciones, comportamientos, antecedentes históricos y diversidad cultural y, por otra, en el fomento del desarrollo de la sensibilidad individual, las habilidades comunicativas, el proceso reflexivo del estudiante. Lo anterior se articula en un proceso de enseñanza-aprendizaje donde la investigación y la autonomía fundamentan la construcción del conocimiento, y son semilla para la concepción científica y aproximación práctica del diseño en la industria y la sociedad.

Fundamentos pedagógicos

Nuestro nuevo plan pedagógico apoya un aprendizaje auténtico, mediado por la interacción con personas,

objetos, tecnología y contextos, así como por los procesos de reflexión individual y grupal sobre lo que se va aprendiendo. Determina concretamente qué y cómo se aprenderá en cada curso, llevando al alumno hacia problemas situados en escenarios realistas, e incentiva la indagación científica en los procesos de diseño y de construcción del conocimiento, procesos que seguramente utilizarán nuestros estudiantes, más tarde, en sus ambientes de trabajo.

Encontramos en el constructivismo alternativas conducentes a entender lo pedagógico que se implica al diseñar, pues ve el aprendizaje como un proceso activo de construcción más que de recepción de conocimientos. Esta visión pedagógica requiere aplicar nuevos esquemas de evaluación, los cualitativos son una manera más flexible, pedagógica y sistemática de evaluar procesos, permiten procedimientos más sociales y prácticas como la co-evaluación que evitan la sola subjetividad del profesor.

Todo lo anterior se logrará gracias a vínculos estratégicos con la industria, la sociedad y con otras unidades de la universidad, además de las estrategias mencionadas que exigen ambientes especiales para el aprendizaje, buscando un enfoque realista e interdisciplinario a las actividades del departamento. También provendrá de la actualización pedagógica de los docentes y de las adecuaciones en espacios, talleres, laboratorios, equipos y tecnologías que acompañarán el proceso pedagógico.

Áreas de estudio

La nueva estructura y programa curricular se fundamenta en la definición de las siguientes Áreas de Estudio vinculadas por competencias:

- Área de Pensamiento y Desarrollo Integral:
Enriquece los procesos pedagógicos del diseño con experiencias multisensoriales, interactivas y socializadoras. Provee herramientas que integran los aprendizajes de otras áreas en todos los niveles de formación e incentiva la investigación y sus procedimientos. Relaciona lo cognoscitivo con los saberes, procesos y métodos que contribuyen al desarrollo de conceptos para el diseño.
- Área de Arte y Ciencia.
Quien diseña puede investigar y sensibilizarse hacia el desarrollo de productos y servicios, bajo múltiples condiciones técnicas y estéticas que subyacen al contexto social. Observa el impacto y la sostenibilidad de los productos y servicios en el medio ambiente y en las empresas; estudia contenidos y conocimientos relacionados con temas de normatividad técnica, jurídica y económica; experimenta con la plástica de los materiales y aprovecha la ciencia y la tecnología en procesos y productos.
- Área de Comunicación y Plástica.
Aprovecha el espectro de los sentidos y de las emociones para explorar los medios y las razones que producen lenguajes expresivos y efectivos para dar forma y planear la expresión humana. Indaga en la práctica del diseño con gran respeto por la riqueza tradicional; con fascinación por el potencial y las posibilidades del espacio conceptual que emerge con las nuevas tecnologías y teorías.

- Área de Diseño Estratégico e Innovación.
Comprende ampliamente el quehacer del diseñador en contextos como las organizaciones productivas, la sociedad y el mercado, al centrarse en el estudio de las dinámicas de consumo y sus procesos. Le competen las prácticas y políticas que favorecen la internacionalización en el intercambio de bienes y servicios. Promueve el liderazgo, el espíritu emprendedor y la innovación como indicador distintivo.
- Área de Hombre-Sociedad: dimensión humana y relaciones contextuales.
Estudia el diseño en la interacción humana, tanto en la dimensión física y perceptual, como en el uso y desempeño con los objetos. Observa elementos de significación y simbolismo de sus creencias, motivaciones, hábitos y sentimientos. Indaga, brinda y acoge elementos conceptuales y metodológicos bajo parámetros de la ocupación humana, de las relaciones, la cultura y los comportamientos del hombre.

Competencias

En contraste con los esquemas tradicionales que hacen énfasis en enseñar desde contenidos teóricos (métodos y conceptos), se buscará desarrollar aprendizajes provenientes de experiencias y de contextos reales. El estudiante, antes de memorizar los presupuestos conceptuales se enfrentará a los hechos, a lo concreto. De este modo, en condiciones de práctica y experiencia se desarrollará, por ejemplo, desempeños sensoriales y cognitivos –propios de las competencias instrumentales–, mientras se cimentan las competencias complejas –cognoscitivas– y las sistémicas o integradoras, orientando así una formación interdisciplinaria que de al estudiante resultados prácticos y le aporte un desarrollo humano integral como ser social, con disposición cognoscitiva, comprensión de lo técnico y habilidades comunicativas y sociales.

Se dará así cohesión y relevancia a los procesos de aprendizaje y evaluación, fundamentados en el desarrollo de competencias y con el apoyo fundamental de ambientes virtuales de aprendizaje² bajo tecnologías de información y comunicación (TIC's).

Programa de estudio

El pregrado en Diseño tendrá una duración de 4 años (8 semestres) con dos énfasis durante la carrera: Diseño de Producto y Diseño de Comunicación. La estructura en su ciclo terminal proyecta hacia estudios de postgrado a través de coterminales³ en diversos campos de especialidad del Diseño, de su ámbito laboral, y de interés para el estudiante. Paralelamente el programa ofrece cuatro opciones de Diseño: Textil y Vestuario, Experiencia del espacio, Diseño para la innovación y, Diseño, las cuales podrán ser tomadas por estudiantes de toda la Universidad desde los diferentes facultades. La malla curricular se ordena desde dos ejes: el eje o malla vertical en donde se trabaja la flexibilidad, la electividad y la interdisciplinariedad en las áreas de Arte y Ciencia, Comunicación y Plástica, Diseño Estratégico e Innovación y Hombre y Sociedad; y el eje horizontal que estructura y estabiliza a toda la malla curricular desde el área de pensamiento y desarrollo

integral en las dimensiones de Investigación y Métodos de diseño, Procesos Cognoscitivos y Desarrollo Humano.

Lineamientos de la malla curricular:

- **Electividad**
Se crea la posibilidad, para el estudiante de Diseño, de interactuar con alumnos de otras disciplinas al tomar de manera electiva cursos de otras facultades de la Universidad, permitiéndole buscar sus propios intereses con una mayor y mejor articulación con dobles programas y opciones con otros departamentos⁴.
El nuevo programa de Diseño tiene un total de 137 créditos, donde el 41.6% es de electividad (dentro del Departamento: 19.7% - 27 créditos-, y fuera del Departamento: 21.9% - 30 créditos-). Así los cursos, ofrecen una gran variedad de fundamentos y contenidos sobre una misma área de estudio, a la vez que comparten y complementan saberes con otras unidades de la universidad.
- **Flexibilidad.**
La nueva estructura permite una mayor flexibilidad, necesaria frente a cambios en el contexto y a la construcción de diversos perfiles para el estudiante y futuro profesional, gracias a los siguientes componentes del programa: su alta electividad, los esquemas propios de la universidad respecto a dobles programas y opciones, la duración del nuevo programa que permite la rápida conexión con postgrados y maestrías, el enfoque sobre áreas de estudio y la estructura de cursos modulares que desarrollan contenidos altamente técnicos o específicos de la disciplina.
- **Interdisciplinaridad**
El diseño es considerado como una profesión liberal⁶ que se caracteriza por incorporar en su ejercicio profesional el conocimiento de varias disciplinas en un proyecto (multidisciplinar) liderado por un diseñador. Ante este escenario, los ambientes de aprendizaje del nuevo programa ofrecen oportunidades de interacción del estudiante con otros, e incluyen la indagación científica, el contacto con el contexto, los objetos, las técnicas y los usuarios relacionados con lo que diseña y aprende cada alumno.
- **Investigación**
Para el pregrado la investigación se toma como una herramienta que estructura el proyecto de diseño, ya sea para el desarrollo de conocimiento o para su

aplicación⁷. Aquí las competencias a formar, están relacionadas con la familiarización hacia los componentes de un proyecto investigativo: manejo de información, aplicación de instrumentos y metodologías y desarrollo conceptual. El nuevo currículo del Departamento de Diseño tiene su base en las nuevas prácticas pedagógicas y los contenidos enfocados en situaciones contextuales por medio del apoyo instrumental de sus actuales grupos de investigación⁶, que incentivan el espíritu científico, gracias a formar desempeños en investigación e investigación aplicada, cuyo énfasis se da en la exploración y la experimentación.

Notas

1. PDI, Plan de Desarrollo Institucional. Universidad de los Andes. www.uniandes.edu.co
2. AVA. Ambientes Virtuales de aprendizaje. Proyecto de la Vicerrectoría Académica de la Universidad de los Andes como apoyo a la educación presencial con la utilización de plataformas tecnológicas de uso para la educación (Sicua). 2003
3. Coterminal: tiempo de especialidad(es) que el programa de estudios determina o define en su Ciclo Terminal. Este esquema permite a los estudiantes uniandinos iniciar su maestría antes de terminar su pregrado. Catálogo General Uniandes 2005.
4. Grupos reconocidos en octubre de 2004/05 y clasificados por Colciencias en febrero de 2005: Pedagogía del diseño, clasificación B. Diseño y salud, clasificación A. DIPS Desarrollo Integral de Productos Sostenibles, clasificación C. Diseño y cultura, clasificación B. Diseño y comunicación de productos, clasificación A. Biónica y materiales. Reconocido
5. Opciones. Esquema académico establecido por la Universidad de los Andes, y que ofrece cada programa de pregrado, respecto a tomar un grupo de materias en un área específica del conocimiento y que corresponde a 15 o 18 créditos. Catálogo General Uniandes 2005.
Dobles Programas. Esquema académico establecido por la Universidad de los Andes correspondiente a completar los créditos totales y/o adicionales de otro programa académico dentro de la Universidad. La posibilidad permite adelantar de manera simultánea una segunda carrera o un programa académico distinto, y acceder a dos títulos profesionales sin costo adicional y en un relativo corto tiempo. Catálogo General Uniandes 2005.
6. Se caracteriza por exigir una competencia técnica intelectual y por hacer uso de lo recogido en una tradición cultural - desarrollo del conocimiento como de servicio social (Weber, ICFES 2003)
7. Proyectos de investigación aplicada.