

## El profesional reflexivo y su entorno.

Diego Pérez Lozano

A través del siguiente escrito se pretende reflexionar sobre los procesos de enseñanza, algunos obstáculos que comprometen el aprendizaje y la vinculación con el campo profesional mediante la utilización de artículos periodísticos junto a citas de autores sobre material pedagógico.

El Diseño Gráfico es una disciplina cuyo programa de estudio se nutre de muchas áreas temáticas diferentes pero no desvinculadas entre sí para lograr su objetivo principal: la idea de lograr transmitir mensajes visuales sin la necesidad de explicación fonética o de terceros, y que sean comprendidos fácilmente.

Varias áreas de la sociedad utilizan al Diseño Gráfico de manera profunda bajo diferentes condiciones, aunque claro es el consumo de objetos lo que aparece como primer referente de nuestra profesión, al observarlo en marcas tanto de empresas como de productos, envases, afiches y todo resto de objetos promocionales. Una segunda utilización, algo más relegada aunque más útil, es aquella en donde el Diseño «no se nota» pero existe, favoreciendo el nivel de vida de un individuo y sirviendo a la sociedad en la resolución de problemas importantes: señalética, infografías, material gráfico para el aprendizaje o más intrincadas aún, como la confección de planillas de fácil llenado y rápida recopilación de datos, acciones en donde su importancia radica en la sencillez del diálogo entre las partes. Así imaginamos lo curiosamente sencillo respecto al diálogo entre lo buscado por nosotros y lo ofrecido por nuestra computadora al pretender obtener de ella ciertas funciones, observando las diferencias profundas que entre los dos existen, sin embargo se comprenden.

Así un recorte periodístico encuentra su fundamentación en la inclusión de mi reflexión ya que fue el Diseño Gráfico el artífice de la derrota del quizás el puesto laboral jerárquico más importante del mundo: el ser presidente de los Estados Unidos.

La confección de las boletas en las últimas elecciones impidieron que el elegido por la gente sea proclamado vencedor ya que muchas de estas fueron invalidadas debido a lo confuso de su diseño, lo que las llevo a la impugnación por errores al llenado, volviéndolas inútiles para la tarea que fueron creadas. Me parece pertinente entonces comprender el nivel de importancia que el diseño gráfico tiene para la sociedad y cómo éste puede hacer que la misma mejore su calidad de vida (o al menos vote a quien le parezca correcto!).

Hacia allí nos dirigiremos entonces en este escrito. Trataremos de comprender su función social para generar una reflexión y analizar el tipo de contenidos y habilidades que un estudiante de la carrera necesita adquirir para desarrollar su función de manera útil tanto para sí mismo como para con sus pares.

Y tan importante es nuestra labor que hasta parece un problema de estado, definido por un segundo artículo periodístico, en donde encontramos al Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología del gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, preocupado por el rumbo del país y decidido a actuar en ello, otorgando becas para alumnos de carreras que mejoren la calidad de país, y la aparición del Diseño Gráfico como recurso necesario para ese proyecto de desarrollo.

Considero importante para lograr el aprendizaje de un alumno el conocer su universo para comprender sus motivaciones y

así a través de un currículum que apoyado principalmente sobre aspectos didácticos por parte del docente lo ayude a que construya conocimientos, los cuales deberán ser la llave que le permita insertarse productivamente en la sociedad además de completarlo como persona.

Pero necesariamente para poder avanzar debemos reflexionar sobre lo ya actuado, analizando cómo ha sido su educación anterior, no sólo académica sino actitudinalmente... es que concurrir a un ámbito de enseñanza no implica aprender, y las valoraciones del que se inicia no son iguales que las de quien enseña. Claro, la universidad es una de las últimas etapas de aprendizaje formal por parte de un individuo, y su desarrollo allí dependerá no sólo de él mismo y del equipo docente sino del recorte de objetivos y contenidos que la institución decidirá aplicarle a una currícula, definiendo allí mismo el tipo de egresado que se pretende obtener.

¿Qué ocurrió durante los últimos cinco o seis años en la vida de estos jóvenes? Si en realidad fueron a clase, ¿Cómo no llegan a la instancia superior de educación con las bases mínimas para poder enfrentar problemas de compleja solución?

¿Qué métodos y estrategias de enseñanza se utilizaron, qué objetivo pretendió lograrse, qué currículum fue el expuesto, qué actividades se desarrollaron, qué bibliografía se utilizó y qué tipo de evaluaciones se realizaron para formar a estas personas? Serán inquietudes que seguramente pocos tengan intenciones de profundizar, aunque claro está, sea vital para formar no sólo un alumno sino un modelo de país.

Profundizar sobre razones otorgará datos para obtener soluciones a mediano y largo plazo. Será entonces que, ¿las Ciencias Exactas al ser consideradas complejas y la Lengua aburrida, los jóvenes se vuelquen hacia el Diseño Gráfico por la equivocada idea de que «hacer dibujitos» es más sencillo o entretenido que otras ramas del saber?

Quizá pueda así comprenderse el porqué de tan inusitada cantidad de alumnos ingresantes a las carreras de Diseño y de tan poca cantidad de buenos egresados.

Desde ya, el mundo actual con su formato visual en lo que algunos llaman «cultura videoclip» insinúa a formar individuos basados más en la imagen que en los cálculos o en la retórica de la palabra, pero una sociedad no puede albergar «cositas lindas sin sentido» por mucho tiempo sin que esto repercuta en su desarrollo de crecimiento futuro.

La educación no puede evitar reflexionar sobre este modelo, lo que implica un cambio de mentalidad que debe ser comprendido y aceptado por todas las partes: alumnos, padres, docentes e instituciones tanto educativas como empresariales, públicas o privadas.

La vida académica para un alumno, y en ocasiones hasta para un docente, parece significar el transitar caminos obligados, y como tal la expectativa de lograr un triunfo está condicionada a su capacidad de «asumir o simular» la internalización de contenidos puntuales, que junto a los sociales prepare un individuo útil, apto para resolver problemas de diversa índole según su área de incumbencia dentro de un contexto social determinado. Tanto alumno como docente son responsables de esta acción, no sólo el alumno aprende cuando el docente enseña sino que también simula haber aprendido.

Es por eso y más, que el docente se vuelve alguien muy importante en la vida de un alumno, y ese puesto debe ser de gran importancia para él mismo y la institución.

Qué tipo de evaluación se le practica a este docente y cómo se reconoce la capacidad de su función parece ser un capítulo no abordado en la práctica profesional nacional, quizá porque

las ideas de Vanderberghe sobre ética de la practicidad acerca de...» las recompensas que recibirán los docentes instruidos en términos de mejora económica y de reconocimiento de valía personal o de parte de los alumnos o terceros», aparecen algo desbalanceados en casi todos los casos, incluidos nosotros.

Descifrar qué obstáculos evitan el aprendizaje y trabajarlos para obtener una calidad de egresado del cual estemos orgullosos tanto el docente como el plantel docente, administrativo y de gestión de nuestra institución es una labor ardua que trata de lograrse día a día como bien expresa D.Schön «proponiendo la reflexión después de la situación», algo que debería ocurrir en todas las profesiones como forma de mejora y de compromiso, palabra casi inexistente en su estructura genética para la mayoría de los habitantes de nuestro suelo. Es quizá momento entonces de preguntarnos a quién estamos enseñando, qué y cómo lo hacemos y sobre todo para qué? Existe una importante brecha entre la educación media y la universidad, entendible y lógica desde algunos puntos curriculares pero, preocupante en otros como el no planteo de metas y objetivos de alumnos, por falta de motivación en alguna o ambas partes o estrategias para captar la idea de utilidad y así proyectarse al ámbito universitario en el cual se consolide lo que al parecer aquí falta: un proyecto, y sin éste, la educación no tiene ya mucho sentido.

Por eso creo que el contexto social, especialmente el familiar o grupo de pertenencia son vitales, por su energía, feeling y retroalimentación, para motivar la construcción de un proyecto en el estudiante, el cual sirva de incentivo para realizar lo que la vida universitaria requiere para formar profesionales, que no sólo queda limitado al currículum en acción. Quiero referirme a lo que plantea F. Nieves Blanco, «La escuela como agencia de transmisión cultural y el currículum como proyecto cultural de la sociedad», donde se pueda realizar una selección de contenidos y habilidades a transmitir, la organización de los mismos y al método o forma en que esos saberes serán transmitidos, además de verificar su adquisición para ya en la universidad profundizar sobre temas específicos, enseñando nuevos o puntuales contenidos y habilidades que deberán necesariamente apoyarse en saberes adquiridos y ganas de estudiar.

Nuestra sociedad actual requiere profesionales de amplio espectro, polifuncionales y prácticos para desenvolverse en campos de mayor especificidad pero con grandes cambios tanto actitudinales como procedimentales. La educación post secundaria debe fomentar la interacción entre la instrucción, la investigación y los sectores de producción. M.A.Escotet. Debemos enfocar nuestro esfuerzo hacia la generación de profesionales que reflexionen y sepan discernir ante todo sobre lo importante y lo efímero, para preveer soluciones a problemas futuros. Dejar de pensar en la instantaneidad de la acción para reflexionar sobre la creación de espacios firmes a largo plazo lo que aseguren nuestro futuro y así permitan el disfrute de lo efímero, algo también necesario y hasta con buenas perspectivas de trabajo para nosotros, los diseñadores gráficos. Considero que la capacitación docente mejorará los procesos de enseñanza y aprendizaje, y que cursos sobre didáctica general dejarán en claro la necesidad de un docente reflexivo sobre su proceder, comprendiendo su importancia y función en la estructura general del proceso, ordenándola y otorgándole ideas para ejercer en su futuro próximo.

Es que es un tema recurrente la idea de que las diferencias culturales producen formas de pensar distintas. La inteli-

gencia es en gran medida la internalización de herramientas proporcionadas por una cultura determinada, por lo tanto la expresión «no influido por la cultura» quiere expresar «no influido por la inteligencia», visión del desarrollo cognitivo expuesta por J. Bruner.

Utilizo la idea de la transferibilidad como aprendizaje de acuerdo con Bruner, quien plantea que el problema de enseñar a un alumno a que utilice el material de manera adecuada es subdivisible a otros aspectos dentro de los cuales la actitud encabeza la lista. Es vital que el alumno llegue a la convicción de que puede a través de lo aprendido resolver un problema de manera efectiva, y que para romper esa inercia debe tomar una actitud; no es extraño entonces encontrar a continuación en la lista de subproblemas a la motivación como motor de recompensa en la solución de situaciones complejas, asumiendo y convirtiendo el conocimiento en algo propio.

«Hemos pasado de una educación personalizada e individualizada a una educación de masas, de un proceso formativo a uno estrictamente informativo, de una educación centrada en el hombre culto a una centrada en el hombre técnico; en definitiva nos hemos movido de una educación orientada al cultivo del espíritu a una educación orientada al utilitarismo», tal como lo expresa Escotet.

Aunque estos paradigmas no expresen cuál es el mejor debemos aceptar que solemos movernos pendularmente, pasando de un extremo a otro, siendo hoy tal vez el momento de preguntarnos si no seremos capaces de integrar el hombre culto o teórico con el técnico o práctico, observando que este modelo separatista lleva a la sociedad a un peligroso «conformismo ideológico» el cual inhibe muchas de sus capacidades de creación, reflexión y búsqueda.

Una misión, diluida en la práctica, que es vital para la función universitaria es la generación de conocimientos y de creación intelectual, en donde la investigación, la reflexión teórica y el análisis crítico se fusionen en las prácticas para ejercitar su capacidad reflexiva logrando así anticiparse a los acontecimientos, prefigurar los posibles escenarios y lograr viabilidad en las propuestas imaginadas.

Es aquí donde uso las palabras de Escotet: «La universidad forma al hombre para el cambio permanente y aún para la eventual crisis, producto de las seguras transiciones».

¿Pero cómo podemos aplicar motivación si no existe compromiso? Quizás como expresa Émile Durkheim, no corresponde a la universidad formar moralmente a los jóvenes, pero los hábitos que la escuela y la secundaria apenas han podido desarrollar de manera mecánica (y hablamos de lo referido a formas, modos y razones por lo cual aprender, dejando de lado algunos otros que aparecen con mayor frecuencia como el concepto de «tratar de zafar»), sólo la universidad los puede hacer plenamente conscientes y reflexivos.

Permitámonos entonces utilizar un pensamiento de Marx en el cual plantea que el hombre se produce a sí mismo, se determina al colocarse como un ser en transformación, como «ser de la praxis», no es, se torna. (Moacir Galotti: 1996).

Utilizo frecuentemente una frase que de seguro rearmé a partir de diversas lecturas y reflexiones: «la universidad no es el lugar para demostrar lo que se sabe, es el lugar para terminar de aprender, siendo la evaluación una simple excusa temporal y la práctica profesional la verdadera forma de conocer lo aprendido», consejo Gardner: hay que motivar a los chicos para que aprendan.

## Bibliografía

- Schön, Donald A. (1992). *La formación de profesionales reflexivos*. Madrid: Paidós.
- Angulo José F y Blanco, Nieves (1994). *Teoría y desarrollo del currículum*. Málaga: Aljibe.
- Escotet, Miguel Angel (1992). *Aprender para el futuro*. Madrid: Alianza Editorial.
- Bruner, Jerome (1987). *La importancia de la Educación*. Ecuador: Paidós.
- Durkheim, Émili (1998). *Educación y pedagogía. Ensayos y controversias*. Buenos Aires: Losada.
- Gadotti, Moacir (1996). *Pedagogía de la praxis*. Madrid: Miño y Dávila editores.

## Creatividad publicitaria: Ventajas de la práctica.

Rodrigo Pérez Portillo

Mi formación como docente está basada en gran parte en la experiencia laboral. Cuando comencé en esto, tenía una vaga idea de lo que realmente era trabajar en publicidad, quizás sí muchos conceptos sobre el tema, pero muy poco sobre la realidad del día a día.

Como era de esperarse, descubrí que debía interpretar un sinfín de nuevos conceptos y combinarlos con los ya adquiridos anteriormente para poder entender y ser entendido en esta disciplina tan apasionante.

Es por eso que no comparto la idea de estudiar creatividad en publicidad solamente desde un punto de vista de examen de memoria, sino más bien entiendo a la publicidad y su aprendizaje, desde una visión más práctica y reflexiva.

Un alumno no puede aprender a ser un creativo exitoso, es imposible. Pero sí a tener criterio a la hora de saber qué es lo que debe comunicar, y cuál es la pertinencia del concepto y la idea en cada caso. Porque al fin y al cabo, qué es un creativo publicitario? Un comunicador que utiliza una herramienta diferenciadora a la hora de comunicar: la creatividad.

Es decir, los alumnos pueden tener mucho talento creativo y desarrollarlo a través del tiempo mediante trabajos orientados a la comprensión y reflexión de una búsqueda creativa diferenciadora de las demás. Algunos se percibirán como más talentosos que otros, esto, como dije anteriormente es inevitable, pero todos podrán adquirir el mismo grado de criterio ante cada nueva idea, si entiende los parámetros en los cuales esa idea se desarrolla.

Los conceptos que grandes maestros de la publicidad volcaron en los libros fueron útiles en un momento en el cual muy pocos entendían de qué se trataba esta nueva disciplina, hoy en día, teniendo en cuenta la evolución global de los mercados y la comunicación, es necesario que el alumno los combine con la realidad y comprenda qué función cumplían en el momento de ser escritos. De no ser así seguiríamos pensando que un creativo publicitario, utiliza como ley «Los 20 caminos creativos», cada vez que comienza a pensar una idea.

Con esto no intento decir que los libros sobre publicidad no contribuyen al crecimiento profesional de un creativo publicitario, pero sí plantear que la creatividad está más cerca de nuestra cotidianidad y que sólo debemos saber verla y tener el criterio necesario para aplicarla en el momento justo y con el producto adecuado.

Para lograrlo es necesario que el alumno comprenda que esta es una profesión que se nutre de muchísimas cosas,

libros, arte, música, movimientos culturales, historia, actualidad, etc. Porque si tenemos que comunicarle algo puntual a gente común ¿de dónde vamos a incorporar información si no es de la cotidianidad?

Es muy factible que nuestro consumidor entienda mejor el mensaje si en él hay algo que circula por su vida cotidiana.

De hecho en los últimos años la publicidad se basó muchísimo en situaciones o preconceptos cotidianos. Es por eso que los testeos cualitativos miden, muchas veces, la efectividad de una pieza publicitaria en la percepción del consumidor acerca de la situación planteada en ella: «esto me pasó», «esto no me pasó». Un punto que no debemos dejar pasar ya que indica cómo llega nuestro mensaje a él.

De aquí extraigo la metodología de enseñanza para mis cursos. Los alumnos deben aprender primero a ver qué pasa a su alrededor, ver aquellas cosas que antes no veían, observar. Entender el porqué de los fenómenos que día a día experimentan sin detenerse a analizarlos, porque una idea puede estar ahí, en donde menos la esperen. Deben ser perceptivos, ya que su tarea es comunicar (¿cómo podremos hacerlo si no sabemos percibir las necesidades del otro?).

Es más difícil que el alumno intente desarrollar creatividad publicitaria sin conocimientos previos, los miedos de enfrentarse al resto con una idea propia, la inexperiencia en el tema hacen que lo sea. Ahora bien, ¿Cuán enriquecedor es animarse a descubrir un mundo totalmente nuevo dentro de uno mismo? Claro que no siempre los resultados van a ser los mejores, pero de eso se trata esta profesión: prueba y error.

Es por esto que creo que una teórica previa a un trabajo sólo logra que el alumno intente copiar lo que el profesor dice como si fuera un compendio de leyes, desterrando toda posibilidad de análisis y reflexión personal del alumno.

Mucho más interesante es corregir sobre el trabajo del curso y descubrir juntos cuáles fueron sus errores, para luego introducirlos en el aspecto teórico y que esos nuevos conocimientos se combinen con los que previamente ellos experimentaron solos, sumándoles los que todos adquirimos en la primera corrección del trabajo.

Por otro lado es importante pensar que no podemos meternos dentro del campo de la creatividad publicitaria si estamos siempre dentro de un aula, que solamente les marca que son alumnos. Se hace difícil que ellos trasciendan este papel, algo necesario para comprender el proceso reflexivo de una idea. Por tal motivo, dentro del tiempo asignado en el cuatrimestre, el curso sale a la calle a experimentarla desde otro punto de vista, a observar, a interpretar, a descubrir, a analizar y ver cómo pueden volcar toda esa información dentro de un proceso de conceptualización creativa.

Un punto importante dentro del desarrollo de un creativo publicitario es entender cuál es el rol que cumple dentro de una agencia de publicidad.

En un principio, los «creativos» eran los que escribían, que en muchos de los casos eran escritores que trabajaban de publicitarios (quizás para costear sus ensayos, novelas etc.), los llamados Redactores. Durante muchos años el pensamiento conceptual de una idea era propiedad exclusiva de ellos, teniendo un departamento de arte (artistas que trabajaban de publicitarios quizás con el mismo fin que los redactores), que ajenos al proceso conceptual, diagramaban esa puesta en página.

La evolución de esta profesión hizo que hoy en día los Redactores y los Directores de Arte, tengan una especia-