

dichos contenidos y a la vez desarrollar las “capacidades integrales” citadas. Propongo pensar en desarrollo con clases con estructuras dinámicas nuevas:

- Comunicar con códigos actuales
- Uso de tecnologías incorporadas en nuestra vida cotidiana
- Equilibrio en la composición del desarrollo, prescindiendo de una supremacía teórica sobre lo práctico.
- Que lo práctico no sólo pretenda reflejar el contenido teórico, sino que estimule el desarrollo de las capacidades integrales
- Trabajar en la claridad de la comunicación
- Simplificar los conceptos
- Desarrollar nuevas herramientas de ejercitación que tengan como eje la participación activa de los alumnos.
- Generar compromisos con las actividades asumiendo responsabilidades y riesgos

Tener conciencia de que debemos estar permanentemente trabajando en los contenidos y en las formas de implementarlos es tan imprescindible como saber que los métodos de vincular la educación con el campo profesional trasciende dichos contenidos y se instala definitivamente en la formación integral de los alumnos. Por lo tanto es necesario incorporar habilidades como docentes que nos permitan crear nuevas herramientas y perfeccionar las existentes fundamentalmente en el campo de la ejercitación práctica. Es necesario tener nuevos vínculos para transitar de las aulas al campo laboral.

Las imágenes como recurso en la enseñanza

Daniel Tubío

La fotografía implica que sabemos algo del mundo si lo aceptamos tal como la cámara lo registra. Pero esto es lo opuesto a la comprensión, que empieza cuando no se acepta el mundo por su apariencia. Toda posibilidad de comprensión arraiga en la capacidad de decir no. En rigor, nunca se comprende nada gracias a una fotografía. (...) Como señala Brecht, una fotografía de las fábricas Krupp prácticamente no revela nada acerca de esa organización. En contraste con la relación amorosa, que se basa en el aspecto de algo, la comprensión se basa en el funcionamiento de ese algo. Y el funcionamiento es temporal, y debe ser explicado temporalmente. Solamente lo narrativo puede permitirnos comprender.

Susan Sontag, Sobre la Fotografía.

El conjunto de problemas aquí presentado surgió originalmente de una reflexión hecha a partir de un tema desarrollado en la cursada de Introducción a las Estrategias de Enseñanza, durante el segundo cuatrimestre de 2005: El uso del *Power Point*¹ como recurso para una exposición oral. El texto resultante de la reflexión pasó a integrar el Portfolio Final de la citada materia.

Luego de haber presenciado, durante las Jornadas de Diseño '06, varias exposiciones de profesionales ilustradas con proyecciones de imágenes y al estar desem-

peñándome actualmente como asistente académico en la materia Introducción a la Tecnología Educativa, siguen surgiendo ideas alrededor del tema. En esta revisión del texto original la intención es ampliar el análisis realizado en su momento poniendo el acento básicamente en dos cuestiones detectadas a partir de la observación del uso de imágenes en clases y en ponencias académicas. Una de ellas tiene relación con la utilización de modelos de presentación visual –muchas veces prediseñados e incluidos como plantillas en el *software*– que usan, para mostrar los contenidos, estrategias inspiradas en los modos de la publicidad y los medios masivos de comunicación; la otra se relaciona con la inadecuada utilización del recurso de las imágenes por desconocimiento, no tanto del *software* correspondiente, sino de lo que significa el manejo de recursos visuales para acompañar una exposición oral. También se han incluido algunas consideraciones sobre los derechos de uso de las imágenes.

Algunas preguntas

Desde el lugar de quien ha pasado la mayor parte de su vida profesional trabajando con las imágenes y estudiando teoría sobre la percepción visual, es que se intenta este análisis crítico sobre el tema a partir de una serie de preguntas surgidas de lo expuesto anteriormente, algunas de las cuales se han tomado como disparador para este texto.

Si es cierto que la publicidad y los medios de comunicación –sobre todo la televisión– se han convertido en los monopolizadores casi absolutos del uso de las imágenes que invaden nuestro mundo desde todos los ángulos posibles en la vida cotidiana ¿Será ese el modelo que debemos imitar y trasladar a las aulas? ¿Es conveniente estar “actualizados” copiando esquemas que pueden ser muy efectivos para el mercado, para una presentación de producto o un programa televisivo pero que tal vez no sirvan para la educación o para una exposición académica? ¿Podemos equiparar la actividad en clase con un show mediático con el riesgo de frivolar la enseñanza que eso supone? Muchas veces la justificación de estas decisiones se basa en el hecho de aceptar casi como una fatalidad que los alumnos están acostumbrados a una determinada estética y a un determinado ritmo en las imágenes y que, si no les presentamos las cosas de ese modo, se aburren. ¿No sería mejor capacitar a los alumnos para el análisis crítico de las imágenes que ven, proponiéndoles otros modelos posibles como herramientas para el aprendizaje?² Y por otra parte, si vamos a utilizar imágenes ¿No deberíamos formarnos para emplearlas adecuadamente estudiando diseño, composición y semiótica? Además, y especialmente en los ámbitos donde la imagen es también contenido principal de la enseñanza, ¿No deberíamos respetar siempre el derecho intelectual del autor cuyas imágenes utilizamos citándolo cada vez que usamos una obra suya?

Como se verá, los interrogantes son muchos y variados. No es la pretensión de este trabajo encontrar respuestas sino más bien profundizar un poco en torno a estas preguntas como una forma de reflexionar crítica y autocriticamente.

Las imágenes y sus autores

En las carreras de Diseño o Fotografía resulta a veces contradictoria la incorporación, para las presentaciones visuales, de fotografías “bajadas de internet”, eufemismo que se utiliza para el uso sin autorización de imágenes que circulan en la red. Las imágenes siempre tienen un autor quien, en la mayoría de los casos, las registra para quedar al amparo de la ley de Propiedad Intelectual (ley 11.723) Si estamos formando profesionales que van a vivir produciendo imágenes, sería por lo menos riesgoso fomentar el uso ilegítimo de las mismas. Aunque no compartamos algunos aspectos de la citada ley creemos que, si adscribimos a determinado sistema --derecho de propiedad y comercialización sobre el producto intelectual-- no podemos después permitir, y mucho menos fomentar, el uso indiscriminado de imágenes sin reconocer el derecho de sus autores. Es cierto que es éste un problema amplio en la sociedad, que abarca las producciones literarias cuando hacemos fotocopias de libros para las clases; la música, si reproducimos CDs o “bajamos” temas musicales de internet; las películas cuando hacemos copias de un video o un DVD, etc. Pero al menos dentro de las aulas deberíamos empezar a tener un criterio coherente para que no se produzca ningún tipo de confusión en los alumnos. Es cierto también que no es lo mismo reproducir fotografías con fines educativos que hacerlo para lucrar comercialmente confeccionando almanaques pero, en un contexto en el que se están formando alumnos que van a convertirse en diseñadores o fotógrafos, no debería ser una práctica común y naturalizada la utilización de imágenes sin la correspondiente aclaración en cuanto a esta diferencia de uso.

En relación con los derechos sobre la propiedad intelectual, es necesario tener en cuenta dos aspectos: por un lado existe el *derecho de comercialización*, que atañe a todas aquellas actividades que involucren una ganancia pecuniaria. En este sentido, podríamos inclusive debatir ciertos aspectos del derecho de comercialización de los productos intelectuales y la injusticia que supone en algunos casos –las patentes medicinales por ej.– en los que este derecho se convierte en un privilegio que enriquece a algunos pocos a costa de la necesidad de la mayoría. Sin embargo, y en el caso que nos atañe, deberíamos al menos tener en cuenta siempre el *derecho moral de autoría*: se trata, según la ley, de un derecho inalienable e incluso irrenunciable, y además simple de respetar si tenemos la precaución de utilizar la obra íntegra, sin mutilaciones ni adaptaciones y citando siempre, sin excepción, el origen de la imagen y el nombre de su autor³. Con estas mínimas precauciones, además de valorizar el trabajo de los autores cuyas imágenes mostramos, estaríamos dando un ejemplo a nuestros alumnos sobre los derechos que deben respetar y que a su vez serán sus derechos en el futuro, cuando llegue el momento de la publicación de sus propios trabajos.

Del valor de la imagen en la sociedad contemporánea Para introducir esta sección nos gustaría relatar una pequeña experiencia que contradice algunos mitos sobre la *sociedad de la imagen* o de la *cultura visual contemporánea*. Dicha experiencia se extrae de la

práctica docente realizada –desde hace ya siete años– en los cursos Básicos de Fotografía dictados en la FADU⁴ y, aunque se reitera recurrentemente, no deja de sorprendernos. Se relaciona con el trabajo en el laboratorio fotográfico de los alumnos principiantes y necesita de una mínima explicación previa.

Cuando se realiza una copia por ampliación de un negativo fotográfico hay una pequeña regla que respetar: el negativo debe ponerse en una posición precisa en el porta negativos de la ampliadora para que, al ser invertida por el lente en la proyección, la imagen ampliada se vea tal cual se veía en el visor de la cámara en el momento de la toma. Si el negativo se coloca incorrectamente, la imagen se copia invertida de izquierda a derecha, como si fuera un reflejo en un espejo. Esta inversión no es incorrecta *per se* e inclusive se utiliza a veces adrede para modificar la organización de la imagen dándole mayor o menor importancia a alguno de los elementos que la componen. Pero surgen “problemas” cuando en la toma aparece algún texto o número que al invertir la imagen se lee al revés y pone de manifiesto el truco.

La labor del docente en las clases prácticas de laboratorio se centra principalmente en la corrección del trabajo a medida que los alumnos van produciéndolo. Cada vez que un alumno nos muestra una fotografía en la que se puede ver que el negativo ha sido *incorrectamente* colocado para su proyección –por la aparición de alguno de los elementos anteriormente citados, texto o números invertidos– se le hace al alumno la siguiente pregunta: ¿La inversión del negativo fue hecha a propósito o fue un error de procedimiento? En el 90% de los casos los alumnos, mientras miran la imagen tratando de entender de dónde obtiene el docente la sabiduría para poder decir que un negativo está invertido mirando la muestra de una ampliación, preguntan: “¿Cómo se dio cuenta?”. Sólo el 10% de los alumnos percibe el indicador del error cometido antes de que el docente se lo haga notar.

Se podría inferir de esta experiencia que la mayoría de los alumnos “ve” poco en las fotografías o, dicho de otra forma “mira sin percibir”. A pesar de ser –la gran mayoría– jóvenes criados en la era de la imagen, lo que supone *a priori* un mayor desarrollo en las competencias para la lectura visual, parece que esto no sucede. Por el contrario podríamos afirmar, como dice Maite Pro, que si bien: “La imagen ha desbordado los límites de la palabra escrita y se ha convertido en una forma específica de comunicación (...) Las nuevas generaciones están acostumbradas a *contemplar muchas imágenes*, pero no las asimilan”⁵.

Existe en la sociedad actual al mismo tiempo y paradójicamente, una *sobre* y una *sub* valoración de las imágenes. Una sobre valoración porque ya es un saber común que la imagen transmite información –por lo tanto *comunica*– y a partir de ello se supone, sin reflexionar demasiado, que una sociedad acostumbrada a ver imágenes podrá interpretarlas sin necesidad de un aprendizaje específico. Se cita constantemente aquello de que “una imagen vale más que mil palabras” como si fuera una verdad absoluta y comprobada. Por otro lado, y tal vez como consecuencia de lo dicho

anteriormente la imagen aparece sub valorada, ya que se la utiliza indiscriminadamente y, en la mayoría de los casos, sin los conocimientos necesarios para otorgarle significado. La sociedad en general –y la educación en particular– no forma a los individuos, salvo a los especialistas, en el desarrollo de capacidades para poder utilizar e interpretar esas imágenes adecuadamente

El asunto se pone más peligroso cuando, dentro de este marco, la utilización de imágenes se da en el aula. ¿Exigimos de los docentes una formación en el estudio de la imagen tal como la que le exigimos en el uso de la lengua? ¿No es verdad que nos horrorizamos cuando encontramos un docente que escribe con errores de ortografía en el pizarrón? ¿No deberíamos sentir lo mismo cuando vemos una diapositiva de *Power Point* mal diseñada o con deficiente calidad técnica? Claro que para percibir estos errores de *ortografía visual* deberíamos saber cómo se diseña una diapositiva o conocer técnicamente cuál es la calidad que debería tener una imagen para ser apreciada correctamente en una proyección; en resumen, deberíamos estudiar estas cuestiones y prepararnos adecuadamente. Si aceptamos y damos por hecho que vivimos en una sociedad visual ¿no sería el momento de incluir como contenido fundamental la materia *Lenguaje y Comunicación Visual* en los programas de todos los niveles educativos, incluyendo por supuesto el de formación docente?⁶

La percepción de las imágenes es un proceso complejo que moviliza enormes caudales de información en nuestro cerebro y que está condicionada por numerosos factores. Según las teorías que estudian la percepción existen dos componentes principales que intervienen en la *lectura* de las imágenes: el componente físico, que depende de la conformación de nuestro sistema óptico y que es común a toda la humanidad; y el componente cultural, que interviene en la interpretación de lo que nuestro sistema óptico recibe como información. Esta interpretación está condicionada por nuestra formación cultural, nuestro origen, el sistema de escritura que utilizamos, la época histórica que vivimos y la experiencia individual que vamos extractando de todo lo que hemos percibido a lo largo de nuestra vida. El factor cultural modifica de tal modo la información que el sistema óptico capta a partir de la luz, que podría decirse que es prácticamente imposible construir una imagen que tenga un significado pasible de ser entendido universal y unívocamente

Para sintetizar en una frase el proceso de la percepción visual se dice que *“la percepción es innata en el niño y aprendida en el adulto”*⁷, frase que expresa claramente lo explicado anteriormente. Ahora bien, este aprendizaje al que se refieren las teorías que estudian la percepción visual, tiene que ver sobre todo con la “interpretación” de la realidad a partir de los estímulos visuales y remite a la forma en la que utilizamos nuestra percepción para recabar información y aprender a movernos en el mundo, calculando distancias, elaborando una cierta constancia perceptiva a partir de la acumulación de experiencia, etc. Estas características de la percepción se aplican también, por supuesto, a la visión de las imágenes bidimensionales, pero lo que hemos aprendido para

movernos en el mundo no nos capacita en absoluto para decodificar el mensaje que el autor de una imagen, consciente o inconscientemente, haya depositado en ella. Si no podemos decodificar el mensaje, entonces la imagen sólo nos afectará desde lo emotivo y en consecuencia no podremos controlar los efectos que produzca sobre nosotros: seremos “víctimas” de dicha imagen. Por otro lado si no podemos decodificar el significado de una imagen al *leerla* (percibirla), probablemente tampoco podamos utilizarla correctamente como recurso en una exposición oral para construir –o ayudar a construir– significado.

Insistimos: Para lograr decodificar y entender las imágenes debemos saber como están construidas, debemos convertirnos si no en especialistas, por lo menos en idóneos de la comunicación visual. Sólo de esta manera podremos utilizar las imágenes apropiadamente como recurso para nuestras estrategias de enseñanza o nuestras presentaciones y además transmitir estos saberes –sobre la construcción e interpretación de imágenes– a nuestros alumnos⁸.

La publicidad, la televisión y la enseñanza

Decíamos en la introducción que en la construcción de presentaciones visuales para la enseñanza se utilizan muy a menudo formas y diseños que intentan imitar, de alguna manera, los modos y las estrategias de la publicidad o de la imagen mediática con el propósito de captar la atención del alumno.

La publicidad, la televisión y la educación tienen objetivos diferentes, y los objetivos deberían necesariamente determinar la forma de presentar los contenidos. La publicidad tiene como fin primordial convencer a sus interlocutores de la necesidad de consumir un producto o servicio: no busca promover ni reflexión ni aprendizaje. Sin desmerecer las habilidades y herramientas de los publicistas para lograr la atención de los consumidores –de hecho a una gran parte de los especialistas en el manejo de la imagen los encontraremos trabajando en ese campo– debe quedarnos absolutamente claro que ni los alumnos son consumidores que hay que convencer o entretener, ni los contenidos son mercancía. La televisión por otra parte, al menos en el contexto actual de la sociedad y salvo contadísimas excepciones, sólo aspira a entretener y atrapar al público durante el tiempo suficiente para que la publicidad pueda hacer su trabajo. Según la lógica del *rating*: cuanto más espectadores haya más consumidores en potencia habrá.

En el vértigo por adaptarnos a las épocas que corren (y que bien le cae la metáfora a esta época) a veces perdemos el centro: la educación es una cosa muy distinta a la publicidad o al *show* mediático y sus objetivos no parecen ser compatibles entonces ¿por qué deberían ser compatibles sus metodologías? ¿O pretendemos acaso que los alumnos se dediquen a consumir conocimiento mientras se entretienen? Creemos que esa no es nuestra tarea, la enseñanza debe tener como objetivo primordial formar seres pensantes, individuos capaces de reflexionar críticamente sobre la sociedad en la que viven⁹. El aprendizaje tiene sus tiempos, que generalmente no son los del *zapping*, tiene sus dificultades

y necesita de esfuerzos, tanto por parte de quienes enseñan como también, por supuesto y especialmente, de quienes aprenden.

Las estrategias de enseñanza deberían estar orientadas a que los alumnos entiendan que el universo que ellos experimentan continuamente –indudablemente dominado por una sobreabundancia de imágenes veloces y contundentes– no es tan simple ni transparente como parece y que se necesita de herramientas intelectuales para conocerlo y reflexionar sobre él¹⁰ Los docentes deberíamos ser plenamente conscientes de nuestro papel de operadores culturales y entender que desde esa función, si la desempeñamos activa y responsablemente, tenemos la oportunidad de formar opinión y modificar el entorno. Tal vez tendríamos que preocuparnos más por construir el contexto educativo que creemos adecuado para el aprendizaje en lugar de hacer esfuerzos para adaptar la enseñanza a discursos que persiguen objetivos muy distintos a los de la educación y que, en muchos casos, son aceptados pasivamente como si fueran fatalmente ajenos a nuestras posibilidades de decisión.

Podríamos, para cerrar esta reflexión, citar nuevamente a Maite Pro, quien refiriéndose a la influencia de los medios masivos de comunicación afirma: “(...) *mediación, rapidez, motivación y repetición* son algunas de las características propias de los medios de comunicación que inciden sobre nuestros alumnos. Siendo así, se ha de estudiar la imagen de los medios de comunicación integrada en todo un sistema y, sobre todo, adquirir lo antes posible la capacidad de llevar a cabo un análisis crítico. (...)”¹¹

Lógicamente siempre trataremos de realizar nuestra actividad docente de la forma más amena y atractiva posible para lograr motivación en los alumnos y algunos recursos, inclusive los que utilizan la publicidad o la televisión, si los adaptamos con inteligencia pueden ayudarnos. Pero nunca deberíamos perder de vista que el objetivo principal de la educación no está relacionado con entretener ni convencer, sino con lograr que los alumnos desarrollen capacidades, habilidades y, sobre todo y fundamentalmente, pensamiento crítico.

Notas

¹ Microsoft® Office PowerPoint® es un software diseñado para realizar presentaciones audiovisuales digitales. En la actualidad es uno de los programas más utilizados en la preparación de recursos visuales para acompañar una exposición, tanto en clases como en ponencias para congresos. N del A

² Al terminar cada cuatrimestre se realiza una pequeña encuesta entre los alumnos de las materias de las cuáles soy titular (Introducción al Diseño Fotográfico en primer año y Ensayo Fotográfico, en segundo) solicitando que destaquen alguna fortaleza y alguna debilidad de la cursada. Curiosamente y contra todos los pronósticos, una de las cosas más solicitadas por los alumnos –sobre todo los de primer año– es que aumente la proporción de clases teóricas, o la lectura de textos en el aula, en relación con las clases de visualización de imágenes N del A

³ Sobre la ley que protege la propiedad intelectual de los fotógrafos: “La propiedad de una fotografía pertenece a

su autor, el fotógrafo. El fotógrafo como creador tiene sobre su obra el derecho moral de ser reconocido como tal (derecho a la paternidad), a que se la mantenga como la creó (derecho a la integridad) y el derecho patrimonial de apropiarse de los beneficios económicos que ella produzca. (...) Asimismo la ley admite ciertas limitaciones en la protección del derecho del fotógrafo que autorizan la utilización de la obra sin el consentimiento del autor por motivos de interés científico o cultural. En estos casos, el usuario deberá consignar el nombre del autor, el título de la obra y la fuente de publicación. Quien la utilice deberá abstenerse de efectuar modificaciones a la misma” Aristegui, Abel Javier, *El ABC del derecho del fotógrafo sobre su obra*, Universidad Notarial Argentina, Instituto de Derecho de Autor, 1998

⁴ Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires. N del A

⁵ Extractado de: Pro, Maite, *Aprender con Imágenes: Incidencia y uso de la imagen en las estrategias de aprendizaje*. Barcelona: Paidós Cap 1, -

⁶ Al respecto podríamos citar lo siguiente: “La cuestión de a quien corresponde la responsabilidad de enseñar la alfabetización audiovisual, dónde y cuándo se tendría que impartir fue planteada en 1978 por Sless: los medios audiovisuales en su conjunto constituyen la mayor fuente de experiencia indirecta en nuestra sociedad. Hoy día dedicamos gran parte del tiempo a proporcionar a los niños destrezas para que consigan registrar experiencias de modo verbal y matemático, pero ¿dónde, en qué parte concreta e identificable del currículum se educa la visión? (Greenaway)” Citado en Pro, Maite, Op. cit.

⁷ Aumont, Jacques (1992) *La Imagen*. Barcelona: Paidós Comunicación /48, Paidós.

⁸ En relación con este punto citaremos otra vez a Pro: “Todos los profesores que entienden que la comunicación no está restringida al lenguaje hablado y escrito y a la comunicación en el aula tendrían que incluir en sus materias la lectura de imágenes y ‘la escritura’ de documentos audiovisuales” Pro, Maite, Op.cit. (El subrayado es nuestro)

⁹ Al decir de Gaskins y Elliot: “La construcción, más que la acumulación gradual o el almacenamiento de información, es claramente en lo que consiste el aprendizaje. Es un proceso de cambio, de reacomodamiento de viejas ideas y de realización de modificaciones en el modelo conceptual propio” Gaskins, I. y Elliot, T. (1999) *Cómo enseñar estrategias cognitivas en la escuela*. Buenos Aires: Paidós.

¹⁰ Al respecto podríamos citar aquí a Burbules. Si bien el texto se refiere particularmente a Internet creemos que es aplicable a esta reflexión: “el uso crítico y la hiperlectura son trascendentes, pues iluminan, de una manera muy propia de nuestros tiempos, el proceso básico de selección, organización, filtrado, interpretación, evaluación, crítica y síntesis de la información que sustenta nuestra estructuras de conocimiento y comprensión. éste ha sido siempre, en cierta forma, el proyecto educativo central” Burbules, N. Thomas, A. (2001) *Educación: Riesgos y promesas de las nuevas tecnologías de la información.*; España: Granica.

¹¹ Pro, Maite, Op.cit.

Latinoamérica en el diseño, hacia un verdadero encuentro

Gustavo A. Valdés de León

En este texto se aborda el próximo Encuentro Latinoamericano de Diseño desde dos niveles. En el primero -Latinoamérica: Diseño, identidad en la diversidad- se destaca la importancia del Encuentro como escenario idóneo para debatir la identidad latinoamericana desde la perspectiva de su peculiar diversidad social y cultural. En el segundo -La Facultad de Diseño y Comunicación en el Encuentro Latinoamericano de Diseño- se señala la importancia de la participación de nuestros profesores en este evento, en orden a la transferencia de saberes y experiencias.

I. Latinoamérica: Diseño, identidad en la diversidad

La diversidad como identidad

La identidad cultural de Latinoamérica consiste, precisamente, en su diversidad - producto de su historia- consiste en su casi infinita capacidad de síntesis que permite, valga el caso, abrazar en un mismo gesto a Netzahualtcoyotl y a Jorge Luis Borges.

Dentro de cada una de sus regiones y en el interior mismo de cada uno de sus estados y con diferentes niveles de visibilidad coexisten, no siempre de manera armoniosa, una América indígena, originaria, junto a una América hispana o lusitana, una América de stirpe africana, una América de inmigrantes europeos, eslavos, árabes, judíos, asiáticos. Nuestra América es una América mestiza, multiétnica y multicultural.

Cada una de estas "Américas", que se superponen con la estructura de clases de las respectivas sociedades nacionales, ha ido produciendo junto a su historia su propia visión del mundo y ha ido construyendo su propia identidad cultural.

El futuro de Latinoamérica no es el de la homogeneidad sino, por el contrario, el de la heterogeneidad, el de la diferencia, el del contacto creativo con el "otro" -que somos nosotros mismos- en un permanente proceso de fricción, fusión y mestizaje: esta diversidad constituye la riqueza de Latinoamérica, esta diversidad es su manera de ser y de construir su historia.

Política, desarrollo y diseño

Las estrategias de desarrollo y los cambios estructurales que posibilitarán a nuestros pueblos el disfrute de una distribución más equitativa de la riqueza social y el acceso a formas más participativas de democracia -en suma, su incorporación al proyecto de la Modernidad- será el resultado de la capacidad de movilización de las sociedades y de las decisiones políticas de los gobernantes, procesos que no son de la incumbencia del Diseño -en el sentido disciplinar del término- más allá de la legítima participación de sus practicantes, en tanto ciudadanos, en la actividad política.

Por el contrario, el Diseño y sus instituciones -universidades, organizaciones profesionales, organismos públicos- participan activamente en la vida económica,

social y cultural de nuestros países constituyendo, en algunos de ellos, la manifestación material, formal y cultural de las fuerzas más dinámicas del aparato productivo y de la sociedad civil -en aquellos países donde estos actores existen. El Diseño y sus instituciones son un poderoso agente de cambio en los procesos de modernización, incorporando a los productos y servicios diseñados, además de la función inherente a su valor de uso, el valor agregado de su dimensión simbólica y de la calidad de la forma, estimulando nuevas modalidades de usabilidad, esto es, nuevos comportamientos sociales y mejorando la competitividad de las economías locales, nacionales y regionales.

En Latinoamérica el Diseño, sus instituciones y su práctica, constituyen en la actualidad una fuerza productiva de carácter estratégico en relación con las políticas de desarrollo. Por lo demás, el Diseño -los productos y servicios diseñados- tienen una presencia concreta, material -en algunas ocasiones, abrumadora- en la vida cotidiana, desde los utensilios y herramientas más elementales empleados en las economías de subsistencia hasta los más sofisticados artefactos digitales de uso habitual en los guetos urbanos posmodernos y cosmopolitas. La incidencia, directa e indirecta, del Diseño y sus tecnologías -publicidad, medios masivos, multimedia- en la configuración de conductas e imaginarios colectivos es innegable tanto como inexorable, de allí su relevancia política e ideológica.

No estará demás señalar que en la actualidad la etapa negra de los golpes de estado y de gobiernos cívicomilitares de facto ha sido dejada atrás, si bien al costo de enormes sacrificios y de miles de sacrificados. Los países latinoamericanos, algunos después de haber soportado tenebrosas dictaduras, están transitando, con sus luces y con sus sombras, el difícil camino de la democracia política y la estabilidad institucional: el infamante mote de "república bananera" adjudicado a algunos de nuestros países empieza a ser cosa del pasado.

Del desconocimiento recíproco al reconocimiento mutuo

En Latinoamérica las instituciones del Diseño han ido adquiriendo en los últimos años junto a una saludable madurez una definida identidad académica y profesional, con marcada presencia en el escenario cultural local y nacional

Tal presencia, sin embargo y salvo excepciones puntuales, no ha podido trascender más allá de los estrechos límites locales o, en el mejor de los casos, nacionales. Nosotros, los que producimos o enseñamos Diseño en Latinoamérica nos desconocemos, ignoramos qué se diseña, cómo se diseña y por qué se diseña en "el resto" de los países, carecemos de información acerca de las vertientes del discurso teórico que, seguramente, se está produciendo -quizá en este preciso momento- en otros centros de estudio, así como de las diferentes modalidades y modelos que se implementan en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Incluso ni siquiera sabemos qué se reflexiona -si es que se reflexiona- y cómo se realiza la transferencia de saberes en las instituciones educativas de nuestro país.