

Universidad

Santo

Tomás

Facultad de Diseño Gráfico Cinco Años

Diseño Gráfico: investigación, pedagogía y cultura.

Compiladora Natalia Pérez Peña

PRESENTACIÓN

Nace una nueva Facultad de Diseño Gráfico

La Facultad de Diseño Gráfico nace al cierre del año 2011 y recibe su primer grupo de estudiantes en el segundo semestre del 2012. Para este momento, la facultad se autodefine en el Proyecto Educativo del Programa acogiendo el Proyecto Educativo Institucional (2004) y declara asumir su estructura académica a partir del aprendizaje basado en problemas; dicha declaración se inspira en la problematización de hechos reales y teorías que son insumo para el desarrollo investigativo y del quehacer profesional del Diseñador Gráfico.

En este sentido, las preocupaciones de formación buscan transversalizar la intenciones antes presentadas y reflejadas a lo largo y ancho de las funciones sustantiva de la Universidad Santo Tomás: docencia, proyección social e investigación. Esta última ha sido el insumo y razón que soporta el desarrollo de dos aspectos fundamentales para el crecimiento de la Facultad: la investigación formativa y docente y los desarrollos a través de los proyectos modulares, sello de la pedagogía problémica que aplica el programa.

Como se refleja en la imagen anterior, el desarrollo formalmente de investigación comienza en el cuarto nivel, sin embargo durante el desarrollo de los proyectos modulares desde el primer nivel, el estudiante se acerca a la fundamentación teórica de una investigación. Para ello, los ejes temáticos Diseño, Identidad y Cultura (primer y segundo nivel) y Diseño y Sociedad (tercer y cuarto nivel), orientan las actividades de orden proyectual que en articulación con los espacios académicos del componente humanista, conceptual y de expresión principalmente dan paso al desarrollo de cada proyecto.

Adviértase que, a pesar de lo anterior, el momento en que el estudiante se vincula con el desarrollo de un anteproyecto de investigación en relación a la construcción de una actividad proyectual en contacto con una comunidad y sus necesidades como en el caso de un sistema de identidad, se da durante el cuarto nivel. En este momento, el estudiante establece un diagnóstico y dimensiona las necesidades de una comunidad para poder generar una solución de tipo comunicacional desde el Diseño Gráfico.

Abriendo paso a la investigación en diseño

Con su nacimiento en el año 2012, la Facultad declara como uno de sus objetivos, encaminar a docentes y estudiantes hacia la construcción de una cultura de investigación que nutra el planteamiento curricular propio y de la Institución. Para lograrlo, crea en el año 2014 el Grupo de Investigación *Imagen, Diseño y Sociedad* y la línea de investigación de Facultad *Diseño para la transformación social* que inicialmente se plantea conocer y comprender las concepciones de territorio, para proponer desde el diseño (gráfico) nuevas formas de inclusión, desarrollo comunitario e integración nacional en beneficio de la transformación social y cultural del país.

Así, con el fin de favorecer el cumplimiento de estas intenciones, la Facultad abre paso a los semilleros *Identidad y Cultura Visual (2015)*, *Ciudad, color y diseño (2016)* y *Narración gráfica y personajes urbanos (2016)*. De ellos se desprenden los proyectos: *Análisis semiótico de la identidad de las naciones Latinoamericanas a partir de sus símbolos patrios (Escudos y banderas)*, *Modelo de análisis discursivo multimodal aplicado a la caricatura de Ricardo Rendón y Bestiario de la cultura Muisca* y *El color de chapinero*.

Así mismo, producto de los intereses por promover la formación investigativa a través de la formulación y puesta en marcha de proyectos de investigación en el campo de la comunicación visual, la Facultad de Diseño Gráfico da inicio a los siguientes dos proyectos de Facultad en el año 2016: *Recuperación y comunicación del acervo cultural popular de la Plaza Distrital de Mercado de Kennedy* y *De la poética en el Diseño Precolombino*. Entre tanto, el proyecto interinstitucional con la Universidad Jorge Tadeo Lozano, *Periódico Tierra: análisis estético, gráfico e histórico de los discursos visuales que circularon en la prensa obrera colombiana entre 1928 y 1938* es aprobado en la convocatoria FODEIN 10 de 2015. Los proyectos mencionados cuentan con productos de apropiación social del conocimiento y en el caso del Proyecto FODEIN de generación de nuevo conocimiento en curso. Por su parte, para el año 2016, es presentado y aprobado para el capítulo 2 de la convocatoria FODEIN 11, el proyecto *Celosías: estudios visuales y discursivos de arte neogranadino durante el período colonial* sobre el que se encuentran trabajando la Universidad Santo Tomás y la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia UPTC y en el 2017 para su desarrollo en el 2018, se aprueba el proyecto interinstitucional con la Universidad Jorge Tadeo Lozano *Descripción y Análisis del libro antiguo de la Comunidad de Padres Dominicos de Bogotá y Tunja*.

Las anteriores consideraciones fundamentan la creación de un evento que año tras año se consolida como una amalgama de miradas que amplían las posibilidades de reflexión disciplinar en pro de mayores desarrollos investigativos: el *Encuentro de Investigación en Diseño*; este evento que este año cumple su sexta versión, se ha venido consolidando como un espacio de diálogo entre estudiantes, docentes y personas interesadas en fortalecer la discusión alrededor de la investigación

y el campo disciplinar, a través de las experiencias y metodologías aplicadas en procesos investigativos en los que el diseño participa y que se articulan con la identidad, la cultura, la sociedad, el desarrollo sostenible y otras que se puedan desprender de estos ejes materializados en el plan de estudios.

La Facultad de Diseño Gráfico y su preocupación por la cultura

La cultura en una relación con la religión, las artes, las costumbres, el intelecto, los aspectos espirituales de una comunidad entre otras cosas (Kuper, 2001) ha sido un concepto de primer orden en la formación del diseñador gráfico tomasino; esto involucra un ejercicio de sensibilización que a lo largo del plan de estudios va comprometiendo al estudiante con un proyecto integrador que se caracteriza por materializar elementos funcionales y simbólicos en un producto de diseño.

En este sentido, la construcción del producto de diseño se da a la luz de una serie de fases que se fundamentan en la pedagogía problémica y la metodología problematizadora. Estos conceptos, provienen de la definición de problemas claramente identificados organizados en temas o sub-problemas sistemáticamente, a partir de allí, el estudiante transita por un proceso investigativo con opiniones contrarias y argumentaciones que finalmente lo llevan a proponer una solución (USTA, 2014).

Dentro de este marco, conviene afirmar que dicho proyecto integrador es denominado Proyecto Modular y busca fortalecer las competencias que desde la concepción ética de Tomás de Aquino describen las dimensiones de la acción: comprender, hacer, obrar comunicar, sobre las que se señala lo siguiente:

El comprender se caracteriza por el conocimiento de las cosas que rodean al ser humano; el hacer es lo que se puede realizar o ejecutar, lo factible; el obrar corresponde a lo que se le agrega a lo que se hace, es el plus que tiene la cosa, lo que permanece para ser juzgado posteriormente; y, finalmente está el comunicar o predicar lo conocido y realizado (USTA, 2014, p. 31).

Estas dimensiones, además de ser el camino a partir del cual nace un programa, permite en la autonomía del mismo, definir disciplinarmente los intereses de formación del diseñador gráfico tomasino sin olvidar que los conceptos de interdisciplinariedad, multidisciplinariedad, transdisciplinariedad, innovación, pensamiento integrador y enfoque colaborativo (Woyke y Atal, 2007) son los que dan forma al perfil que exige el mundo contemporáneo. Grosso modo, como se

declara en los Lineamientos Curriculares del programa de Diseño Gráfico (Facultad de Diseño Gráfico, 2008), estas dimensiones permiten que el estudiante apropie la relación comunicación, estética y función, innove en el mejoramiento de productos y procesos, sea un líder con visión estratégica y que comprenda su entorno, identifique la relación del diseño gráfico con la identidad, la cultura, la sociedad, la ecología y el desarrollo sostenible, sea consciente, participe y fomente la cultura, proponga y gestione soluciones a problemáticas sociales y promueva el trabajo interdisciplinario.

Planteada así la cuestión y para que mejor se aprecie la importancia que estas memorias tienen para los desarrollos académicos e investigativos del programa, es posible describir las características del proyecto modular. En el primer y segundo nivel del plan de estudios el eje temático está dado por la relación, Diseño, Identidad y Cultura, allí, el estudiante hace un indagación sobre aspectos de su propia identidad extendida a una caracterización de su familia y entorno más cercano para materializar lo más representativo de su reflexión a través de los elementos visuales y conceptuales del diseño. Por su parte en el segundo nivel, el estudiante dialoga con diversas manifestaciones de entornos o temáticas populares para ilustrar a través de la tipografía los significados más profundos de sus hallazgos. Durante el tercer y cuarto nivel el eje temático se denomina Diseño y Sociedad; es este el momento en que el estudiante se vincula de manera directa con comunidades que le ofrecen el insumo para investigar de manera más sólida la necesidad que requiere ser atendida. En el quinto nivel el eje temático se denomina Diseño y Ecología, en él, a partir de la relación con el sector externo el estudiante propone soluciones articuladas con un pensamiento ecológico que en el nivel seis se convierte en decisiones que favorecen el desarrollo autosostenible.

Todo lo dicho hasta ahora permite establecer el compromiso que la Facultad de Diseño Gráfico tiene con la identidad y la cultura, pues en cada eje temático es necesario establecer un enlace con el ser humano y así mismo, como lo señala Molano (2007) con aquellas manifestaciones que de una u otra forma hacen parte de la cultura: costumbres, tradiciones, creencias, conocimientos... pues son estos los que validan su existencia y generan un equilibrio en la sociedad. De ahí que sea indispensable atender y entender la cultura como la concibe Verhelst (1994) en Molano (2007):

“La cultura es algo vivo, compuesta tanto por elementos heredados del pasado como por influencias exteriores adoptadas y novedades inventadas localmente. La cultura tiene funciones sociales. Una de ellas es proporcionar una estimación de sí mismo, condición indispensable para cualquier desarrollo, sea este personal o colectivo” (Verhelst, 1994, p. 42).

Si se considera ahora en conjunto, la relación entre diseño, identidad y cultura, no es circunstancial, obedece a una necesidad de tomar y aportar, construir y continuar alimentándola pues es en la cultura y a través de la identidad cultural como el diseñador, el ser humano se hace parte de ella, produce objetos culturales, les otorga sentido (Arciniegas y Pérez, 2014) y trasciende las necesidades comunicativas propias y de una comunidad para edificar su futuro.

Referencias Bibliográficas

- Arciniegas y Pérez (2014). Consideraciones semióticas: un acercamiento a la definición de cultura. En Revista Cuadernos de Lingüística Hispánica. Tunja: U.P.T.C.
- Molano, O. (2007). *Identidad cultural, un concepto que evoluciona*. Revista Ópera. Pp. 69-84. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Filosofía y cultura institucional (2014). Universidad Santo Tomás .Bogotá: Ediciones USTA.
- Proyecto Educativo Institucional. (2004). Universidad Santo Tomás. Bogotá.
- Verhelst, Thierry. "*The Social Dimensions of Culture*" Source: LEADER Magazine nr.8 – Winter, 1994. En ec.europa.eu Culture and Rural Development, Rural Library. Mayo 2015.
- Woyke, E. & Atal, M. (2007) The talent hunt. BusinessWeekOnline