

DESARROLLO DE COMPETENCIAS DEL DISEÑADOR GRÁFICO DE LA UNAM PARA SU INSERCIÓN AL MUNDO LABORAL

Lidia Gladys Pietruczuk
gladyspietruczuk@gmail.com

Antonia E. Godoy
godoyae1306@gmail.com

Mauricio Franco
mauriciofrancodg@gmail.com

Raquel A. López
raquelanalia.lopez@gmail.com
Facultad de Arte y Diseño
Universidad Nacional de Misiones – Argentina

Resumen

Este trabajo analiza las diferentes perspectivas pedagógicas y de contenido para fomentar la capacidad emprendedora de los alumnos de la facultad de Artes y Diseño de la UNaM como parte del proyecto de investigación 16/D1009-PI. Tal abordaje fue necesario debido a las dificultades observadas en los egresados en su inserción laboral, abordando los contenidos del área Gestión de la Empresa, considerando que la dinámica de la disciplina y los requerimientos del mercado laboral y productivo se ha transformado radicalmente y las carreras deben adaptarse desde su propuesta curricular. El objetivo de esta investigación es determinar el perfil empírico del egresado de la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Arte y Diseño y precisar cuáles son los factores que favorecen la inserción laboral, identificando las competencias a desarrollar y proponiendo estrategias orientadoras novedosas, que en su aplicación faciliten y estimulen la capacidad de plantear y desarrollar soluciones a problemas reales. La educación emprendedora debe convertirse en un elemento transversal en la formación profesional para el empleo, teniendo en cuenta que se puede ayudar a sensibilizar a los estudiantes a que consideren que el trabajo por cuenta propia es una positiva opción laboral. La metodología de investigación es mediante un enfoque integrado cuali-cuantitativo y de investigación participativa, tomando como base de estudio egresados de la carrera, su situación actual en el mercado laboral y las áreas de desempeño. Para cumplir con los objetivos mencionados, se analizó los temas incluidos en las cátedras relacionadas al área, conclusiones de las reuniones de carrera por modificación de planes y aportes bibliográficos seleccionados y sistematizados. El resultado de este estudio como parte del proyecto de investigación será aplicado además a las propuestas de mejora de planes de estudio del actual proceso de análisis de las carreras de Diseño Gráfico de la facultad de Arte y Diseño y la actualización permanente de contenidos de cátedras

Palabras clave: Educación. Emprendedurismo. Incumbencias profesionales. Inserción laboral.

Summary

This paper analyzes the different pedagogical and content perspectives to promote the entrepreneurial capacity of the students of the Faculty of Arts and Design of the UNaM as part of the research project 16 / D1009-PI. This approach was necessary due to the difficulties observed in the graduates in their labor insertion, addressing the contents of “Management of the Company” area, considering that the dynamics of the discipline and the requirements of jobs and productive market have been radically transformed and the careers must adapt from the curricular proposal. The objective of this research is to determine the empirical profile of the graduate of the

Graphic Design career of the Faculty of Art and Design, and to specify the factors that are in favor of the labor insertion, identifying the skills to be developed and proposing novel guiding strategies, which in its application facilitate and stimulate the ability to pose and develop solutions to real problems. Entrepreneur education must become a transversal element in vocational training for employment, taking into account that it can help students become aware that considering self-employment is a positive work option. The research methodology is through an integrated qualitative-quantitative approach and participatory research, based on the study of graduates of the career, their current situation in the labor market and performance areas. To meet the before-mentioned objectives, conclusions of the career meetings for modification of plans, the bibliographic contributions selected and systematized and the topics included in the professorship related to the area were analyzed. The result of this study as part of the research project will be applied in the proposals for improvement of the study plan of the current process of analysis of Graphic Design careers of the Faculty of Art and Design and the permanent updating of contents of professorship.

Key words: Education. Entrepreneurial capacity Professional scope. Labor insertion

Introducción

En la actualidad, la situación económica de nuestro país, inspira a la sociedad en general y a la universidad en particular, a desarrollar propuestas con un alto grado de innovación sostenible. El cambio de la matriz productiva, y las oportunidades de emprendimiento, requieren de profesionales capaces de atender con agudeza las necesidades de desarrollo regional y global. Por este contexto, en el ámbito universitario precisamente, resulta indispensable contar con prácticas que fomenten la creatividad de los estudiantes en la resolución de problemas de diversa índole.

Al analizar la realidad de la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Arte y Diseño de la Universidad Nacional de Misiones (UNaM), se corrobora la necesidad de implantar prácticas innovadoras en la actividad docente vigente adoptando los requerimientos de este nuevo entorno. Esto se ha vuelto crítico en la actualidad porque se requiere dar solución inmediata a un problema específico diagnosticado en la práctica educativa de dicha carrera, dando cuenta de los conocimientos y competencias adquiridas en la formación docente de los autores. El problema identificado sugiere la generación de un aprendizaje significativo pues las prácticas actuales no dan paso al desarrollo de proyectos de comunicación innovadores; el programa vigente no atiende al perfil del estudiante (necesidades ni capacidades) y demanda ser modificado.

Para el presente trabajo, el objetivo considerado ha sido abordar el diseño actual de la clase, a partir del estado del arte, ponderando las competencias requeridas en este nuevo entorno económico y social el cual se propone definir, para plantear este nuevo aprendizaje. Este trabajo pretende, a partir de los datos recopilados en la fase inicial del análisis situacional, realizar una propuesta de implementación de prácticas relacionados con la gestión del diseño y competencias requeridas por las empresas e instituciones contratantes. Posteriormente se aplicarán las herramientas de medición respectivas para verificar la utilidad del modelo planteado.

Tal abordaje se justifica teniendo en cuenta que la Universidad está en proceso de actualización de carreras y es oportuno e imperante definir las competencias de los egresados en consonancia con el entorno laboral, cultural y económico actual siendo la carrera de Diseño gráfico una profesión de constante actualización y cambios relacionados con el entorno de la comunicación y la tecnología.

Es importante resaltar también la contribución del trabajo para el área Gestión, a fin de replantear y analizar la relación entre la teoría y la práctica. Los docentes en el área del diseño deben tener claro que enseñar, de forma transmitirán el conocimiento y cuál es motivo por el cual han de hacerlo.

¿Qué es una competencia?

En este trabajo se consideran las definiciones de la competencia, como:

“Los conocimientos, actitudes, habilidades, capacidades, valores, comportamientos y en general atributos personales que se relacionan (de forma casual), y más directamente con un desempeño exitoso de las personas en su trabajo, funciones y responsabilidades” (1998, Muñoz, J).

“Define lo que la persona es y se refleja en todo lo que hace, Son características particulares que van desde aspectos profundos y centrales de un individuo, hasta observables y modificables...”

Algunas personas se desempeñan mucho más eficientemente que otras utilizando diferentes formas y conductas para realizarlo, estableciendo que “la mejor forma de identificar las competencias que conducen a un desempeño superior es estudiar a los más exitosos” (Spencer, Lyle; McClelland 1984).

Se puede clasificar a las competencias, en:

- ✓ Competencias relacionadas con EL SABER: conocimientos técnicos y de gestión.
- ✓ Competencias relacionadas con EL SABER HACER: habilidades innatas o fruto de la experiencia y del aprendizaje.
- ✓ Competencias relacionadas con EL SER: aptitudes personales, actitudes, personalidad, valores y creencias.

Una parte importante de estas competencias son el producto, entre otros, del ambiente familiar, de la educación, de las experiencias de vida, de los valores, de las creencias en el que se está inmerso. Por lo tanto, la educación juega un papel muy importante en el desarrollo de experiencias significativas, que contribuyan a estimular competencias asociadas al SABER-HACER.

Otra clasificación se refiere al modelo de competencias profesionales integrales estableciendo la siguiente categorización (Huerta, 2007): competencias básicas, competencias genéricas y competencias específicas.

- Las competencias básicas son las capacidades intelectuales para el aprendizaje de la profesión (cognitivas, técnicas y metodológicas).
- Las competencias genéricas son la base común de la profesión.
- Las competencias específicas son la base particular de la profesión y remiten a condiciones específicas de ejecución.
- Competencias laborales. Las competencias se relacionan directamente con los procesos productivos de las empresas, en especial las que se encuentran en el ámbito tecnológico, el cual se caracteriza por tener un constante desarrollo de conocimiento.

En este marco nacen las competencias laborales, las cuales establecen que los individuos requieren además de los conocimientos formales, del aprendizaje que se obtiene del contexto laboral. “El concepto de competencia otorga un significado de unidad e implica que los elementos del conocimiento tienen sentido solo en función del conjunto.” Malpica (1996) menciona la relación entre la teoría y la práctica, estableciendo que para el individuo la teoría es más significativa si cobra sentido a partir de la práctica, identificando así las situaciones. Ahora bien, es un hecho que este modelo se implementó primeramente en las universidades e instituciones técnicas; pero actualmente las universidades con una visión holística e integral instituyen apoyándose en (Gonczi, 1996) que la formación debe diseñarse a partir de una formación profesional que además de promover el desarrollo de criterios atributos como: habilidades, conocimientos, actitudes, aptitudes y valores; incluya ciertas acciones intencionales que ocurren en el contexto laboral y además puedan ser generalizados. En base a lo anterior, “un plan de estudios basado en competencias profesionales integradas incluye conocimientos de tipo global, profesional, y experiencias laborales; además de contribuir a que el futuro profesional pueda reconocer las necesidades y problemas de la realidad, las cuales se derivan de los siguientes factores: práctica de la profesión, realidad social, desarrollo de la disciplina y mercado laboral.” La importancia de las competencias profesionales integrales o genéricas para las instituciones de educación superior, es que permiten a la institución educativa plantear el perfil de egreso del futuro profesional que están formando.

Estas competencias que se abordan en la educación y en el mundo organizacional desde diferentes enfoques pedagógicos descritos anteriormente no es un modelo pedagógico, no pretende ser una representación ideal de todo el proceso educativo, determinando cómo debe ser el tipo de persona a formar. Pero si, las competencias es un enfoque porque sólo se focaliza en unos determinados aspectos conceptuales y metodológicos de la educación y la gestión del talento humano. (Tobón, 2008) .

Las competencias profesionales en la carrera de diseño gráfico en la FAyD

Como experiencia en docencia en el área Gestión de la empresa, da la FAyD quienes dictan las cátedras relacionadas con esta área hemos señalado que el concepto de capacidad Emprendedora comprende un conjunto de competencias (actitudes, aptitudes y conocimientos) que deben combinarse adecuadamente para que los individuos tengan la motivación y el interés en adquirir la experticia necesaria para llevar a la práctica de forma exitosa, una idea “díscola” mediante la formulación de un proyecto o plan de negocio. Tal como se ha propuesto en el Plan de Área, de la carrera de DG de la FAyD, para el logro de estos objetivos se requiere del diseño y puesta en práctica de estrategias instruccionales novedosas, que en su aplicación faciliten y estimulen la capacidad de plantear y desarrollar soluciones adecuadas a problemas reales que ameritan un tratamiento interdisciplinario y con ello de la aplicación conocimientos en el marco lógico del desarrollo de un proyecto.

Por lo antes mencionado, las asignaturas del área GESTIÓN DE LA EMPRESA, han sido ideadas con el propósito de ofrecer al participante la oportunidad de utilizar diversos instrumentos para emprender. En tal sentido, brinda al alumno la posibilidad de plantear en equipo (multidisciplinario) la elaboración de un “proyecto emprendedor” generado por sus propias convicciones e intereses, basadas en las necesidades que aprecia en el entorno, siendo indispensable para ello la utilización de conocimientos consecuentes en torno a opciones innovadoras orientadas hacia la búsqueda de resultados definidos, apoyándose en el marco metodológico del diseño y competencias profesionales adaptadas a la realidad. En la carrera de DG de la FAyD el área gestión en su planificación cuatrienal 2016-2019 tiene como propuesta las siguientes líneas de desarrollo:

- ✓ Fortalecimiento de la actitud emprendedora y de la capacidad de gestión de los estudiantes en la Facultad de Arte y Diseño de la UNaM.
- ✓ Fomento a la difusión de las competencias profesionales de los egresados y promoción de la realización de pasantías en instituciones y empresas del medio local y provincial.
- ✓ Participación activa en la revisión y reformulación de los Planes de Estudio de las carreras de la FAyD, y actualización de los contenidos en los programas y bibliografía, vinculados a la gestión de emprendimientos productivos y a la gestión tecnológica y estratégica de proyectos.

Cambios, oportunidades y desafíos

No hay que perder de vista que como consecuencia de la globalización se invisibilizan las fronteras, los modelos cambian y se debilitan las economías regionales. La rapidez de los cambios excluye a las personas que no se adaptan a ellos, en este contexto, los jóvenes tienen muchas dificultades para insertarse laboralmente.

Se, presenta un nuevo escenario con el surgimiento de nuevos campos de acción para el diseño, desplazándose de la prefiguración de los espacios, objetos y mensajes hacia la gestión estratégica de procesos (*Design Driven Innovation* , *Design Driven*, *Design Driven Business* y *Design Thinking*).

La llegada de nuevos modos de integración digital al escenario laboral plantea también nuevos desafíos para los diseñadores. Se trabaja con realidad virtual, aumentada, mixta y extendida, agregando las implementaciones de la inteligencia artificial, la interacción mediada por objetos (*Internet of Things*) es ya una realidad palpable e instalada en cada vez más hogares.

Este contexto permite también ampliar los horizontes geográficos y aumenta de posibilidades laborales a distancia, cambiando los clásicos estilos de trabajo en una oficina y cumpliendo horarios.

Según Peter Drucker, "...donde hay una empresa de éxito, alguien tomó alguna vez una decisión valiente", en este contexto hay cambio cultural en las organizaciones, para así poder gestionar la actividad profesional de manera más productiva posible, en una jornada continuada, donde las tareas se desarrollan de manera eficaz, sin la necesidad de alargar la jornada o de estar presente en el puesto de trabajo por el mero hecho de "ser visto".

Estas y otras medidas, ya están implementando en muchas empresas con gran rendimiento, donde cambian las relaciones laborales tal y como las entendemos, y se logró que muchos profesionales, sobre todo los que trabajan en un horario en un puesto de trabajo, puedan beneficiarse de poder gestionar su tiempo efectivo de trabajo, con unos resultados medibles y adaptables a su vida personal.

Las medidas concretas, que ya se han implementado en las empresas con excelentes resultados, son:

Flexibilidad en los horarios en el puesto de trabajo, Fomento del trabajo por internet, en forma virtual, para evitar desplazamientos innecesarios, aplicación de nuevas herramientas tecnológicas para evitar viajes o reuniones que obliguen a estar físicamente en algún sitio: videoconferencia, reuniones virtuales, acceso a plataformas de encuentro por internet, trabajo por objetivos y cumplimiento de tareas en el puesto de trabajo.

Jornada continúa con descanso de 45 a 60 minutos y otras concesiones en el manejo del tiempo.

Por otra parte, los trabajadores deben transformar su forma de entender su actividad diaria, apelando a una libertad responsable, que implica manejar su jornada en función de sus objetivos y resultados esperados y alcanzando una cuota de responsabilidad.

Estas nuevas oportunidades y desafíos son un reto al diseñador, los cambios sociales, culturales, tecnológicos, ambientales y económicos de la última década han influido profundamente la enseñanza y la práctica del diseño de comunicación. Por consiguiente, la variedad y la complejidad de los problemas de diseño han aumentado, los rápidos progresos en las tecnologías de la información y la comunicación han globalizado el contexto profesional del diseño y han ampliado el modo en que los diseñadores deben abordar las nuevas problemáticas.

Propuesta del Perfil de un egresado de Diseño Grafico

Desde el año 2006 Adobe y AIGA (American Institute of Graphic Arts) realizaron un estudio para definir un nuevo perfil de diseñador que estaba emergiendo como necesario para los nuevos desafíos que planteaban los albores del siglo XXI. Como resultado de una primera fase de este estudio, arribaron a un conjunto de competencias que consideraban como necesarias para configurar el perfil de los diseñadores para los próximos años. Las mismas se detallan a continuación:

1. Capacidad para crear y desarrollar la respuesta visual a los problemas de comunicación, incluida la comprensión de la jerarquía, la tipografía, la estética, la composición y la construcción de imágenes significativas.
2. Capacidad para resolver problemas de comunicación, incluidos la identificación del problema, la investigación, análisis, generación de solución, construcción de prototipos, pruebas de usuario y resultados de la evaluación.
3. Amplio conocimiento de temas relacionados con el desarrollo cognitivo, los contextos sociales, culturales, tecnológicos y económicos para el diseño.
4. Capacidad para responder a los contextos público, el reconocimiento de los factores físicos, cognitivos humanos, culturales y sociales y las decisiones que se den para el diseño.
5. Comprensión y capacidad de utilizar herramientas y tecnología.
6. Capacidad de ser flexible, ágil y dinámico en la práctica.
7. Habilidades de gestión y comunicación para funcionar productivamente en grandes equipos interdisciplinarios y en el plano de las estructuras organizativas.
8. Comprensión de cómo se comportan los sistemas y los aspectos, estrategias y prácticas que contribuyen a la sostenibilidad de los productos.
9. Capacidad de construir argumentos verbales para soluciones dirigidas a diversos usuarios / audiencias; cuestiones útiles para la vida, los negocios y el funcionamiento de las organizaciones.
10. Capacidad para trabajar en un entorno global con comprensión de la preservación cultural.
11. Capacidad para colaborar de forma productiva en grandes equipos interdisciplinarios.

12. Conocimiento de la ética en la práctica.

13. Comprensión de los múltiples elementos que generan causa y efecto, capacidad para desarrollar y tener criterios de evaluación en proyectos que den cuenta de la audiencia y el contexto.

Se distinguen atributos como “desarrollo cognitivo-comunicación-flexibilidad-agilidad-dinamismo-trabajo en entornos globales”, sobre estos temas el Área Gestión de la empresa de la FAyD con una visión holística e integral, está trabajando en varios proyectos e investigaciones anteriores, a fin de incorporar dentro de la práctica docente mediante métodos didácticos específicos. Promoviendo que el nuevo plan de estudios incluya ciertas acciones intencionales que ocurren en el contexto laboral y además puedan ser generalizados. En base a lo anterior, “un plan de estudios basado en competencias profesionales integradas incluye conocimientos de tipo global, profesional, y experiencias laborales; además de contribuir a que el futuro profesional pueda reconocer las necesidades y problemas de la realidad, las cuales se derivan de los siguientes factores: práctica de la profesión, realidad social, desarrollo de la disciplina y mercado laboral.”

Análisis de la situación actual de la carrera

La carrera de Diseño Gráfico es parte de la oferta académica de la Facultad de Arte y Diseño de la Universidad Nacional de Misiones (UNaM) en Argentina. Esta carrera forma profesionales en el campo de la comunicación visual gráfica, según el actual plan de estudios el alcance del título comprende:

✓ Lograr egresados que influyan profesionalmente en las políticas de desarrollo regional con respecto al diseño y que asuman su compromiso con la sociedad, comprendiendo el impacto que sus proyectos tienen sobre ella y el medio ambiente.

✓ Dar eficiencia a la acción profesional para producir un Diseño de comunicación visual claro y efectivo, en el que se refleje la experiencia de los últimos años de enseñanza del Diseño en Latinoamérica y, en especial, de nuestro país.

✓ Obtener resonancia en las organizaciones sociales, gobierno, empresas, comercios, etc., para que se comprenda la importancia creciente que el Diseño tiene en la economía y en la acción social de la región.

Y la actual misión de la carrera es: formar *“Profesionales con formación en principios visuales y comunicacionales aplicables a la elaboración y reproducción de mensajes gráficos. Sus egresados están capacitados para desarrollar las actividades en forma independiente o integrada a equipos, agencias o empresas.”*

El proceso de actualización comenzó en noviembre de 2018 con el análisis de contenidos y objetivos de la carrera a fin de modificar el perfil y las competencias de los egresados, para lograr una mejor adaptación a los

nuevos entornos laborales, que con velocidad alarmante va mutando quedando los planes de estudio detrás de los requerimientos profesionales. El siguiente es un resumen de las modificaciones propuestas en proceso de elaboración y aprobación en primera instancia por parte del Consejo Directivo de la facultad.

Objetivos de carrera de Diseño Grafico de la Facultad de Arte y Diseño de la UNaM

Actuales	Propuesta a considerar en el cambio
<p>Profesionales con formación en principios visuales y comunicacionales aplicables a la elaboración y reproducción de mensajes gráficos.</p> <p>Sus egresados están capacitados para desarrollar las actividades en forma independiente o integrada a equipos, agencias o empresas.</p>	<p>formación en mensajes gráficos / medio red virtual</p> <p>¿Gestión de proyectos (en revisión “gráfico”) – x “visualidad”?</p> <p>elaborar/producir estrategias (¿pensamiento estratégico?)</p> <p>Profesional capaz de gestionar en forma estratégica soluciones visuales para la comunicación, que puedan ser reproducidas por cualquier medio (ver: <i>gráfico, digital, multimedia - multiplataforma - transmedia</i>), con fundamentos científicos y conocimiento de los aspectos culturales, económicos, tecnológicos y productivos del país, la región y el mundo.</p>

Perfil del título

Actual	Propuesta de cambio
<p>Esta carrera formará Diseñadores Gráficos, capaces de:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Intervenir en la elaboración de diagnósticos, asesoramiento, desarrollo o consultoría en todas aquellas actividades que requieran optimizar la calidad de la comunicación visual. ● Actuar como asesor, consultor o perito de organismos o entidades de nivel internacional, nacional, provincial y municipal, estatales y/o privados en lo referente al punto 1. ● Realizar arbitrajes, pericias, tasaciones, presupuestos y cualquier otra tarea profesional emergente de las actividades descritas en el punto 1. ● Intervenir en la confección de normas y patrones de sistemas de comunicación pública o privada. 	<p>El egresado de la Carrera será un profesional con competencias para:</p> <p>Generales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Abordar con pensamiento estratégico la identificación, el análisis y la resolución de problemas de comunicación visual. ● Analizar la problemática de la comunicación visual con sentido crítico, creativo y reflexivo, sobre sus alcances e impacto en la cultura y el medio ambiente. <p>Técnicos o tecnológicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Interpretar procesos productivos sistemáticamente y programarlos con objetividad y precisión. ● Diseñar, gestionar y evaluar proyectos de producción <i>gráfica o digital</i> (multiplataforma) en su totalidad, incluyendo la innovación de productos y procesos requeridos en su realización. ● Incorporar los cambios tecnológicos, y

	aprender nuevas formas de comunicar mensajes visuales a través de medios y soportes innovadores. <ul style="list-style-type: none">● Realizar arbitrajes, peritajes, auditorías y control de calidad en procesos y productos de la comunicación visual.● Planificar, organizar y ejecutar el desarrollo de un emprendimiento.
--	--

A partir de la información recopilada, la revisión de la malla curricular y las entrevistas a profundidad realizadas a docentes de la carrera de Diseño Gráfico, se realiza el análisis estratégico situacional que resumiendo es los siguientes temas:

1. PERFIL DE CARRERA: Definición del campo ocupacional predominante en la región - Discusión del perfil de formación deseable.
2. CONTENIDOS MÍNIMOS: - Identificación de contenidos necesarios, en concordancia con el punto anterior. - Evaluación de los contenidos actuales y detección de falencias.
3. MAPA CURRICULAR: Definición de lineamientos generales de distribución de contenidos por ciclos y áreas en un posible esquema organizador.

En las primeras conversaciones surgieron los conceptos de gestión (donde se ejemplifica los ámbitos de la identidad visual y las campañas de comunicación) y estrategia (planificación / ideación / implementación) como competencias transversales a todas las orientaciones del diseño.

Se reconoce como necesaria la formación en relación al trabajo real con clientes y una mayor vinculación con casos y clientes reales, ya que las problemáticas que se plantean en el contexto real son otras; se identifica como una falencia que se nota en la práctica en la calle.

Surge entonces el planteo desde el Área Gestión de la Empresa, de implementar una práctica profesional y sobre si debiera ser una instancia en el último año o una práctica a lo largo de la carrera. La opinión mayoritaria es que los casos que se trabajan a lo largo las materias deben ser menos hipotéticos y más en contacto con el contexto real.

Se plantea también la discusión en torno a la denominación Diseño “Gráfico” como un término obsoleto y la necesidad de tener una visión más amplia de la profesión incorporando el término “comunicación”

Se comparó el perfil de gestión y estrategia, indicando que actualmente se prepara a los estudiantes para “lo conocido”, pero se debería orientar más a prepararlos para “lo desconocido” (perfil propositivo), “generar

nuevos conocimientos para los nuevos tiempos”. Es importante formar en investigación y generar un pensamiento crítico.

Se vuelve a indicar la necesidad de trabajar en casos reales, enfrentarse con “el otro” (clientes, públicos) para analizar y problematizar su situación. “Si los casos en los que se trabaja son todos hipotéticos, no llegan a desarrollarse todas las competencias”.

Cuando se habla de competencias referimos a aquellos saberes necesarios que forman parte de aquellas habilidades personales de "leer" a los clientes y de personalizar adecuadamente el servicio que se les proporciona o comprender cómo funciona y se comunica el mundo de los negocios.

Surge el interrogante “¿Qué cosas hacen los egresados que no son “cosas” que aprendieron en la facultad?: Negociar; interpretar la situación de un cliente (además de lo que quiere); presupuestar (qué cobrar, cuánto y cómo hacerlo); realizar prácticas dentro de contextos y comunidades, relacionándose con un conocimiento de la cuestión cultural y social; emprender, ser capaz de proyectarse como profesional, generar las oportunidades”.

Estos aportes referidos al desempeño laboral hacen notar la necesidad de formar un profesional con un perfil emprendedor y de autogestión. Se indica que en el ámbito laboral hay muchos diseñadores trabajando como Freelance, ya sea solos o asociándose con otros, por lo que se hace necesario una formación sobre gestión y organización que permita al profesional abordar las problemáticas propias de un negocio de diseño “El crecimiento fue muy paulatino, medido. Primero, aprendimos que necesitábamos un empleado, poder delegar. Al comienzo, era más un apoyo operativo, después empezamos a tener empleados, porque hacíamos una bajada más creativa. Ahora estamos mucho más “empresarios” que “diseñadores”: empresarios del diseño. Estamos en esa dirección. Comienzan a interesarme más los libros de management que los de diseño”. (H. Braberman

Tridimage en CMD, 2014)

En relación a la formación general se plantean otros interrogantes: ¿La orientación de los talleres deberían seguir siendo general o podría haber opciones de talleres con distintas temáticas o instrumentos (digital, tipografía, etc.)? ¿Es mejor trabajar con una base general y luego dividir por especialidad u orientación, o tener una formación en todos los campos y luego un último trayecto con una especialidad? Se deja abierto el debate para una próxima instancia sobre la opción de talleres verticales. Se debatió también la idea de egresado vs. profesional, destacando en este último el tener tanto conocimientos como conducta y ética en el desarrollo de su tarea.

Para poder realizar este cambio de paradigma, el docente es el eje fundamental, porque en este escenario, él necesita crear en el aula una atmósfera que invite a investigar, a aprender con espíritu crítico, a construir su

aprendizaje, y no sólo a seguir lo que él hace o dice. El rol del docente, “hoy” no es sólo proporcionar información, sino ser un mediador entre el alumno y el medio. Bajo esta perspectiva las competencias profesionales, se lograrán con mejores herramientas para desenvolverse, si durante su formación se incorpora la reflexión y análisis de problemas abiertos que admitan más de una solución y aunque sea en forma simplificada al comienzo, proponga nuevos desafíos en forma constante.

Conclusiones

En este nuevo modelo de profesional, es fundamental e imprescindible el sentido emprendedor en cada egresado, que debe en un contexto cambiante ser responsable de su autonomía y desarrollo profesional.

Este cambio necesario con perspectivas emprendedoras, como respuesta a los requerimientos del mercado laboral y productivo, deben satisfacer las demandas del entorno actual, con el desarrollo de las competencias.

La evolución de los contextos y de las necesidades requiere que los profesionistas sean capaces de identificar y enfrentar las competencias emergentes. Los profesionistas formados bajo el modelo por competencias están capacitados para una vida profesional activa y en constante cambio, permitiendo adaptarse al cambio y aprender nuevas competencias

Para la Facultad de Arte y Diseño, es un desafío la tarea de investigación sobre la inserción laboral de los egresados. Diseñar y seleccionar escenarios, metodologías y modalidades de trabajo para los docentes y estudiantes que conduzcan de manera eficaz a la misión declarada en la carrera y que los egresados adquieran las competencias que se hayan propuesto como objetivos en la propuesta de carrera universitaria.

En general, la propuesta del enfoque por competencias integradas constituye un modo que toma en cuenta las necesidades laborales, y la formación integral del individuo en el sentido humano, profesional y disciplinar y los prepara para enfrentar exitosamente su inserción laboral.

Bibliografía

Centro Metropolitano De Diseño (2014) De la forma a la estrategia "Una caracterización de la oferta de servicios de diseño en la ciudad de Buenos Aires".

Fishel, Cathy. (2011) "Manual del Diseñador Freelance". Editorial Parramón Arquitectura y Diseño.

Frascara, Jorge (2006) "El diseño de comunicación". Infinito, Buenos Aires.
GONCZI, Andrew. (1998) Enfoques de educación y capacitación basada en competencia: la experiencia Australiana. En: Papeles de la Oficina Técnica. Cinterfor/OIT.

Huerta AMAZOLA, Jesús. (2007) "Desarrollo curricular por competencias profesionales". Guadalajara. Universidad de Guadalajara.

Luzardo, Alejandra (2017) "Economía Naranja. Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe". Banco Interamericano de Desarrollo.

Malpica, M. del C. (1996) El punto de vista pedagógico.

Muñoz, Julián. Implantación de un sistema de selección por competencias. Training and Development Digest. Mayo, 1998.

Spencer, Lyle; MCCLELLAND, David. Competency Assessment Methods: History and State of the Art. 1984.

Tobón, S. (2006). Formación Basada en Competencias. Pensamiento complejo, diseño curricular y didáctica. Colombia: ECOE Ediciones.

SITIOS WEB

<http://www.designkit.org>. –

<https://www.ideo.com/pages/design-thinking>. –

<http://www.designforeurope.eu/news-opinion/what-do-we-mean-design>. –

<https://www.aiga.org/aiga/content/tools-and-resources/designer-of-2015/designerof-2015-competencies>.