

30

#01

EL PODER DE LA IMAGEN VISUAL; LA OTREDAD EN LA ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DEL DISEÑO. ENFOQUES PEDAGÓGICOS PROYECTUALES EN COMUNICACIÓN VISUAL

Prof. Cristina Amalia Lopez
Asociación Latinoamericana de
Diseño (ALADI)
Buenos Aires, Argentina

44

#02

ACRECER, REFORZAMIENTO EN CASA. DISEÑO DE UN KIT CON MATERIAL GRÁFICO PARA LA MEJORA DE HABILIDADES SENSORIALES EN NIÑOS CON AUTISMO

Lorena Isabella Monge Temoche
Universidad San Ignacio de Loyola
Lima, Perú
Leila Susan Munive
Loza
Universidad San Ignacio de Loyola
Lima, Perú

40

#03

LA PEDAGOGÍA PROYECTUAL: UNA METODOLOGÍA EFECTIVA PARA EL APRENDIZAJE EN COMUNICACIÓN VISUAL

Prof. Mag. Lic. Rosario Sorondo
Facultad de Arquitectura, Diseño
y Urbanismo. Universidad de la
República. Montevideo, Uruguay

EL PODER DE LA IMAGEN VISUAL

La otredad en la enseñanza-aprendizaje del diseño
Enfoques pedagógicos proyectuales en comunicación visual

Prof. Cristina Amalia Lopez

Asociación Latinoamericana de Diseño (ALADI)
Buenos Aires, Argentina
cristinaamalia Lopez_capacitacion@yahoo.com.ar

Fecha de envío: 23/05/2023

Fecha de aceptación: 03/08/2023

ARK: <http://id.caicyt.gov.ar/ark:/s23449551/jlpuwev5k>



Image By vecstock

PALABRAS CLAVE

Pedagogías proyectuales; comunicación visual; otredad; enseñanza; diseño.

La imagen visual nos contacta con las emociones. Las pedagogías proyectuales en el campo de la comunicación visual son enfoques educativos que se centran en el aprendizaje a través de proyectos y la aplicación práctica de conocimientos y habilidades en la enseñanza de la comunicación visual. Pedagogías basadas en la premisa de que los estudiantes aprenden mejor cuando están activamente involucrados en proyectos creativos y significativos, donde pueden desarrollar su pensamiento crítico, competencias prácticas, contribuyendo a la resolución de problemas, Enseñar desde las emociones construye con la otredad, relaciones humanas y profesionales, sustentadas en la reflexión crítica en el diseño.

The power of the visual image; the otherness in the teaching-learning of design.

Projectual educational approaches in visual communication

KEY WORDS: *Projectual pedagogies, visual communication, otherness, teaching, design.*

The visual image contacts us with emotions. Projectual pedagogies in the field of visual communication are educational approaches that focus on learning through projects and the practical application of knowledge and skills in teaching visual communication. Pedagogies based on the premise that students learn best when they are actively involved in creative and meaningful projects, where they can develop their critical thinking, practical skills, contributing to problem solving, Teaching from emotions builds with otherness, human relations and professionals, supported by critical reflection on design.

El concepto de «otredad» en el diseño se refiere a la capacidad de reconocer y valorar la diversidad y las perspectivas diferentes a las propias en el proceso de diseño. Implica tener en cuenta y comprender las experiencias, necesidades y contextos de otras personas, culturas o grupos sociales, y considerarlos de manera activa en el desarrollo de soluciones de diseño.

Las pedagogías proyectuales en el campo de la comunicación visual se centran en el aprendizaje a través de proyectos prácticos y significativos. Estas pedagogías promueven la participación activa del estudiante, el enfoque multidisciplinario, la colaboración y la conexión con el mundo real, preparando a los estudiantes para abordar desafíos y oportunidades en el campo profesional de la comunicación visual. Algunas características y principios claves de las pedagogías proyectuales, en el campo de la comunicación visual, tienen foco en el aprendizaje basado en proyectos. Los estudiantes trabajan en proyectos reales o simulados que implican la creación de productos o soluciones visuales. Estos proyectos pueden abordar diferentes áreas de la comunicación visual, como el diseño gráfico, la ilustración, la fotografía, la animación, entre otras, con un enfoque multidisciplinario, que fomenta la integración de conocimientos y habilidades de diversas disciplinas relacionadas con la comunicación visual, como el diseño, el arte, la psicología, la semiótica, la sociología, lo que permite a los estudiantes tener una comprensión más amplia y contextualizada de su campo de estudio. Cada estudiante es el responsable principal de su propio proceso de aprendizaje, sin embargo, la forma más significativa de aprender es junto a otros, porque el conocimiento se construye toda vez que el ser humano es social por naturaleza y requiere de otros

para sobrevivir. Trabajar en equipos fomenta la otredad, cuando se les anima a tomar decisiones, plantear preguntas, investigar, experimentar y reflexionar sobre su trabajo, al compartir tareas con sus compañeros de equipo y hacer puesta en valor en los foros de clase. La oportunidad de explorar diferentes enfoques creativos y encontrar soluciones innovadoras a los problemas de la comunicación visual, requieren de la mirada del otro en la diversidad de contenidos, conceptos y aplicaciones del lenguaje y de la selección de imágenes. Al promover la colaboración y retroalimentación en el trabajo en equipo, se impulsa el intercambio de ideas, la diversidad de perspectivas y el desarrollo de habilidades sociales. Además, se brinda retroalimentación constante y constructiva, tanto por parte de los profesores como de los compañeros, para apoyar el crecimiento y la mejora continua. Uno de los puntos interesantes de la comunicación es que tiene una vinculación directa con el mundo real. Al establecer vínculos entre el aprendizaje en el aula y el mundo profesional de la comunicación visual, los estudiantes se enfrentan a desafíos y situaciones similares a las que podrían encontrar en su carrera, lo que les permite adquirir experiencia práctica y desarrollar habilidades transferibles. El uso de herramientas, técnicas y tecnologías relevantes en el campo de la comunicación visual, software de diseño gráfico, cámaras y equipos fotográficos, software de edición de video, entre otros, permite a los estudiantes aprender a utilizar estas herramientas de manera efectiva y creativa para la creación de sus proyectos.

Educar desde las emociones con estrategias para una enseñanza del diseño basada en la otredad, promoviendo la reflexión crítica y la responsabilidad social, nos da una visión humanizada del aula. La relación entre enseñanza-aprendi-

zaje, otredad y el protagonismo del estudiante, ubica el rol del docente en una enseñanza inclusiva: promoviendo la diversidad y el empoderamiento estudiantil. Al considerar las emociones en el proceso de enseñanza-aprendizaje, se reconoce la importancia de la dimensión afectiva de los estudiantes y se fomenta un ambiente de aprendizaje más motivador y significativo. El concepto de aprendizaje motivador y significativo es ampliamente discutido y explorado en el campo de la educación. Varios autores han abordado este tema en sus investigaciones y escritos. Algunos de los académicos y expertos que han hablado sobre el aprendizaje motivador y significativo incluyen: David Ausubel (2008), conocido por su teoría del aprendizaje significativo, que sostiene que el aprendizaje es más efectivo cuando los nuevos conceptos y contenido se relacionan de manera relevante con el conocimiento previo del estudiante. Edward L. Deci y Richard M. Ryan (2017) en su teoría de la autodeterminación, destacan la importancia de la motivación intrínseca en el proceso de aprendizaje y cómo esta contribuye al aprendizaje significativo. Vygotsky (1997) desarrolló la teoría sociocultural del aprendizaje, que enfatiza la importancia del contexto social y cultural en el aprendizaje significativo. Según Vygotsky, el aprendizaje se produce a través de la interacción con otros y la internalización de conocimientos compartidos. Por otra parte, Jerome S. Bruner (1997) propuso la teoría del aprendizaje por descubrimiento, que defiende que los estudiantes aprenden mejor cuando pueden descubrir y construir activamente su propio conocimiento, lo que implica un aprendizaje motivador y significativo. Estos son solo algunos de los múltiples autores que han investigado y hablado sobre el aprendizaje motivador y significativo, y que son inspiradores para pensar la enseñanza-aprendizaje del diseño, y

las formas donde la otredad puede manifestarse, situaciones que queremos enfatizar con los siguientes ejemplos que enumeramos a efectos de valorar las experiencias del aula, enfocada en la praxis:

- Empatía y comprensión para diseñar de manera efectiva: es importante ponerse en el lugar de los demás y comprender sus necesidades, deseos y limitaciones. Esto implica desarrollar empatía hacia los usuarios o destinatarios del diseño, considerando sus experiencias y perspectivas para crear soluciones que sean relevantes y significativas para el comitente.
- Diseño inclusivo: la otredad en el diseño implica considerar la diversidad de personas y garantizar que las soluciones sean accesibles y utilizables por todos. Implica pensar en términos de universalidad, en las diferentes habilidades, capacidades y características de los usuarios, evitando la exclusión o discriminación de ciertos grupos (personas con discapacidad, adultos mayores, o quienes no tienen acceso a la digitalización o a las herramientas tecnológicas).
- Investigación y análisis: para comprender la otredad en el diseño, es necesario realizar investigaciones y análisis que facilitan conocer y comprender las características y necesidades de los usuarios y las comunidades a las que se dirige el diseño. Esto implica investigar su contexto cultural, social, económico y ambiental, así como realizar estudios de mercado.
- Participación y co-creación: involucrar a los usuarios y a las comunidades en el proceso de diseño es una forma efectiva de integrar la otredad en el diseño. Al fomentar la participación activa de los usuarios en la

toma de decisiones y la generación de ideas, se pueden obtener perspectivas diversas y enriquecedoras que influyan en la creación de soluciones más inclusivas y efectivas.

- Diseño culturalmente sensible: la otredad en el diseño implica reconocer y valorar las diferencias culturales, así como considerar las normas, valores y creencias de diferentes culturas en el proceso de diseño, así evitar estereotipos y prejuicios culturales, y adaptar las soluciones de diseño a las particularidades y sensibilidades de cada cultura. Sobre todo, con el respeto por la diversidad.

De esta manera, la incorporación de la otredad en el diseño puede llevar a soluciones más inclusivas, relevantes y efectivas, que aborden las necesidades y contextos de diversos grupos de usuarios. Al considerar y valorar la diversidad de perspectivas y experiencias, el diseño lograría contribuir a la creación de un mundo más equitativo y respetuoso.

En el contexto de una enseñanza del diseño basada en la otredad, promoviendo la reflexión crítica y la responsabilidad social, las emociones pueden desempeñar un papel fundamental. Al explorar la diversidad cultural y social en el aula, se pueden generar emociones como la empatía, la comprensión y el respeto hacia las diferentes perspectivas y realidades. Estas emociones pueden motivar a los estudiantes a reflexionar críticamente sobre su propio trabajo de diseño y cómo este puede tener un impacto en la sociedad. Asimismo, el reconocimiento de las emociones propias y de los demás puede facilitar la comunicación y colaboración en actividades que promueven la responsabilidad social, e incluso la relación intergeneracional de los mensajes que se comunican.

En relación a la visión humanizada del aula y el pro-

tagonismo del estudiante, enseñar desde las emociones implica considerar las emociones de los estudiantes como un elemento clave en su proceso de enseñanza-aprendizaje. Los docentes que creamos un ambiente emocionalmente seguro y acogedor, donde los estudiantes se sientan valorados, escuchados y motivados, contribuimos a un mejor clima del aula. Se crea un espacio donde la diversidad emocional es valorada y se fomenta el respeto mutuo. Al reconocer y validar las emociones de los estudiantes, se promueve su empoderamiento y participación activa en el aula. Además, las emociones positivas como el entusiasmo, la curiosidad y la alegría, pueden potenciar la motivación intrínseca de los estudiantes y su disposición para aprender. En una enseñanza inclusiva, donde se promueve la diversidad y el empoderamiento estudiantil, las emociones desempeñan un papel relevante, favorecen el crecimiento emocional de los estudiantes al enseñarles habilidades socioemocionales como la empatía, la inteligencia emocional y la autorregulación emocional. La relación entre la enseñanza-aprendizaje y la otredad, así como el protagonismo del estudiante, se encuentra en el enfoque de la pedagogía humanista y constructivista, donde se busca una visión más humanizada del aula y del proceso educativo. En primer lugar, la otredad, refiere al reconocimiento y valoración de la diversidad y la alteridad en el aula, y segundo, implica entender que cada estudiante es único, con experiencias, conocimientos y formas de aprender diferentes. Desde esta perspectiva, la enseñanza debe tener en cuenta la diversidad cultural, social, lingüística y cognitiva de los estudiantes, promoviendo un ambiente inclusivo y respetuoso que fomente el diálogo, la comprensión y la cooperación entre ellos, de esta manera sus diseños serán parte de su propia cultura

con la incorporación de los lineamientos del comitente y el involucramiento de la sociedad para la cual se elaboran. El protagonismo del estudiante se relaciona con la idea de que no es un mero receptor pasivo de conocimientos, sino un agente activo en su propio proceso de aprendizaje, y que construye su propio conocimiento a través de la interacción con el entorno, la reflexión y la participación activa en actividades significativas. El docente juega un rol de facilitador y guía, brindando las herramientas y recursos necesarios para que el estudiante pueda explorar, descubrir y construir su propio conocimiento.

Algunos autores que se refieren a la visión de la humanización del aula, promueven la importancia de la otredad y el protagonismo del estudiante. Por ejemplo Paulo Freire basa su enfoque pedagógico en la conciencia crítica y la liberación de los individuos a través de la educación, destaca la importancia de la relación dialógica entre docente y estudiante, donde se valora la experiencia y la participación activa del estudiante en la construcción del conocimiento. En su teoría sociocultural, Vygotsky, destaca el papel fundamental de la interacción social y el lenguaje en el proceso de aprendizaje, y considera que el aprendizaje ocurre a través de la colaboración y la zona de desarrollo próximo, donde el docente desempeña un papel importante al guiar y apoyar al estudiante a través de la tarea. En su enfoque humanista, Carl Rogers enfatiza la importancia de establecer una relación de respeto, empatía y autenticidad entre docente y estudiante, y valora la importancia de brindar un ambiente afectivo y seguro donde los estudiantes puedan desarrollarse plenamente. Estos autores, entre otros, promueven una visión de la educación centrada en el estudiante, que valora su singularidad, su participación

activa y su interacción con otros, con el objetivo de lograr una educación más humana, inclusiva y significativa.

Las pedagogías proyectuales son enfoques educativos que se centran en el aprendizaje basado en proyectos y la participación activa de los estudiantes en la creación de proyectos y soluciones prácticas. Estas pedagogías se basan en la idea de que los estudiantes aprenden mejor cuando están involucrados en la resolución de problemas y en la aplicación de conocimientos y habilidades en situaciones reales. Las pedagogías proyectuales en el campo de la comunicación visual se centran en promover un enfoque activo y práctico del aprendizaje, donde los estudiantes desarrollan habilidades creativas, críticas y técnicas a través de proyectos y actividades relacionadas con la comunicación visual. A continuación, se enumeran algunos aspectos clave de la aplicación de las pedagogías proyectuales en la comunicación visual que resultan interesantes resaltar:

- El aprendizaje basado en proyectos, enfatiza la realización de proyectos concretos como método principal de enseñanza, donde los estudiantes se enfrentan a desafíos reales y desarrollan soluciones creativas utilizando herramientas y técnicas de diseño gráfico, diseño de productos, diseño de medios digitales u otros campos de la comunicación visual. Los estudiantes trabajan en proyectos que involucran la planificación, el diseño y la ejecución de elementos visuales. Por ejemplo, pueden diseñar un logotipo, crear una campaña publicitaria o desarrollar un diseño de empaque.
- En el enfoque interdisciplinario, se fomenta la integración de diferentes disciplinas y áreas del conocimiento, como el arte, el diseño, la tecnología y la co-

municación. Se busca que los estudiantes adquieran una visión amplia y multidimensional de la comunicación visual y sean capaces de combinar diferentes perspectivas y habilidades en sus proyectos.

- La participación activa de los estudiantes, promueve el protagonismo del estudiante en su propio proceso de aprendizaje. Cuando a los estudiantes se los anima a explorar, experimentar y tomar decisiones en relación con los proyectos que desarrollan, para que la creatividad, el pensamiento crítico, surja a partir de la otredad, los alumnos se convierten en agentes activos de su propio aprendizaje al involucrarse en la toma de decisiones, la resolución de problemas y la reflexión crítica, y si tienen la oportunidad de aplicar los conocimientos adquiridos en situaciones reales y desarrollar habilidades prácticas se potencia aún más su crecimiento profesional.
- Con la colaboración y trabajo en equipo, las pedagogías proyectuales fomentan el diálogo. Al valorar el trabajo colaborativo y la interacción entre los estudiantes, el docente interrelaciona la teoría y técnica de los autores y la comunidad a la que va dirigida la comunicación visual. Todas aquellas actividades grupales donde los estudiantes pueden compartir ideas, debatir, recibir retroalimentación y aprender unos de otros, busca desarrollar habilidades de comunicación efectiva, aspectos fundamentales en la práctica profesional de la comunicación visual. Cada miembro del equipo aporte sus fortalezas y habilidades, simulando un entorno profesional.
- Contexto y audiencia: cuando se enfatiza la importancia de considerar el contexto y la audiencia en los

proyectos de comunicación visual, los estudiantes aprenden a analizar y comprender las necesidades y características de los destinatarios de sus mensajes visuales, adaptando su diseño y su comunicación de acuerdo con estos aspectos y a considerar que la imagen como las frases no deben estigmatizar al público por edades, elecciones, y orígenes étnicos o sociales. Los proyectos cobran relevancia cuando se diseñan para reflejar situaciones y desafíos reales que podrían encontrar en el campo de la comunicación visual. Esto les permite aplicar sus habilidades de diseño y comunicación de manera significativa y adquirir experiencia práctica.

- Reflexión crítica: cuando el docente promueve la reflexión crítica sobre el diseño y la comunicación visual, y los estudiantes son alentados a cuestionar y analizar los mensajes visuales presentes en la sociedad, así como a considerar aspectos éticos, culturales y sociales en sus proyectos, se busca que desarrollen una conciencia crítica y responsable en relación con el impacto de la comunicación visual en la sociedad.
- Retroalimentación y evaluación formativa: cuando los estudiantes reciben retroalimentación continua sobre sus proyectos, les permite autoevaluarse también, y mejorar, perfeccionar su trabajo a lo largo del proceso. La evaluación se centra en el progreso y el crecimiento individual, más que en la simple calificación final.

Con estas estrategias se busca desarrollar las habilidades técnicas, creativas y críticas de los estudiantes a través de proyectos concretos, promoviendo su participación activa, la colaboración, el análisis contextual y la reflexión

crítica sobre el diseño y la comunicación visual, ya que no debemos olvidar que la comunicación visual es el proceso de transmitir información, ideas y emociones a través de elementos visuales, como imágenes, gráficos, colores, tipografía y diseño, que involucra a las personas, y por lo tanto, a sus sensibilidades. Es una forma de comunicación que utiliza el lenguaje visual para transmitir un mensaje de manera efectiva y persuasiva.

Toda vez que la comunicación visual es una disciplina amplia que abarca diversos campos y áreas, como el diseño gráfico, la publicidad, el diseño de productos, el cine, la fotografía, el arte y muchos otros, y se utiliza en diferentes contextos, como medios de comunicación, publicidad, marketing, educación, entretenimiento y más, la otredad está inmersa en la causa y consecuencia de su aplicación. La comunicación visual es el proceso de transmitir información y emociones a través de elementos visuales como la tipografía, el color, las imágenes y la composición para crear mensajes visuales efectivos y persuasivos en diversos campos y contextos.

El diseño gráfico es una disciplina fundamental en la comunicación visual. Se centra en la creación de elementos visuales, como logotipos, carteles, folletos, empaques y otros materiales, utilizando principios de diseño para transmitir un mensaje claro y atractivo. La selección y el uso de fuentes tipográficas adecuadas son elementos importantes en la comunicación visual. La tipografía influye en la legibilidad, el tono y la personalidad de un mensaje visual. Otro elemento es el color, que desempeña un papel crucial en la comunicación visual, ya que los tonos, esmaltes, colores transmiten emociones, crean contrastes y jerarquías visuales, y ayudan a establecer una identidad visual distintiva. El uso de imá-

genes, ilustraciones, fotografías y gráficos es esencial en la comunicación visual. Estos elementos visuales pueden transmitir información de manera rápida y efectiva, captar la atención del espectador y añadir significado y contexto al mensaje.

La disposición y organización de los elementos visuales en una composición visual influyen en la forma en que se interpreta el mensaje. La composición incluye la distribución espacial, la jerarquía visual, tanto como el equilibrio, para transmitir un mensaje claro, persuasivo y estéticamente agradable. Concretamente, a través de una combinación efectiva de elementos visuales, se busca captar la atención del espectador, transmitir información de manera clara y generar una respuesta emocional o conductual deseada. En consecuencia, en el campo de la comunicación visual, las pedagogías proyectuales se aplican mediante la incorporación de proyectos y actividades prácticas en el proceso de enseñanza-aprendizaje. En lugar de simplemente transmitir información teórica, se fomenta la exploración, la experimentación y la creación de proyectos visuales.

La aplicación de las pedagogías proyectuales en la comunicación visual promueve un aprendizaje más activo, significativo y práctico. Los estudiantes desarrollan habilidades de diseño, resolución de problemas, comunicación visual y colaboración, al tiempo que adquieren un mayor entendimiento del campo y sus aplicaciones en el mundo real. Además, estas pedagogías fomentan la creatividad, el pensamiento crítico y la autonomía del estudiante en el proceso de aprendizaje. Estos términos innovadores en comunicación visual pueden ser aplicados en la pedagogía proyectual para fomentar un enfoque más actualizado, par-

ticipativo y centrado en las necesidades y experiencias de los estudiantes. Con el diseño centrado en el usuario final en el proceso de diseño, considerando sus necesidades, preferencias y experiencias para crear soluciones visualmente efectivas, el estudiante aprende a identificar las necesidades y responder con soluciones concretas.

En el caso de la experiencia del usuario (UX) la calidad de la interacción y la experiencia global que tienen los usuarios al interactuar con un diseño o producto visual, incluyen aspectos como la usabilidad, accesibilidad y satisfacción. En el diseño responsivo, aquel diseño visual adaptable que se ajusta automáticamente a diferentes dispositivos y tamaños de pantalla, garantizando una experiencia de visualización óptima en todos los contextos difiere de la realidad aumentada (AR) porque la integración de elementos visuales virtuales en entornos del mundo real, proporcionan una experiencia visual enriquecida e interactiva. En el diseño de interfaces de usuario (UI), la creación visual está enfocada en la usabilidad, la estética y la comunicación efectiva de la información. En el diseño de interacción, el enfoque centrado en cómo los usuarios interactúan con un diseño visual, el potencial saber cómo se les guía a través de la experiencia, teniendo en cuenta factores como la navegación, las animaciones y las microinteracciones. Cuando hablamos de la visualización de datos, el estudiante comprende que la representación gráfica de datos complejos facilita su comprensión y análisis, utilizando técnicas como gráficos, infografías y mapas visuales.

Si hablamos de diseño de experiencias inmersivas, con la creación de entornos o experiencias visuales que sumergen al usuario en un mundo virtual o simulado, el

estudiante entiende que a través de tecnologías como la realidad virtual (VR) o la realidad mixta (MR) se alcanza esta experiencia. Mientras que el diseño interactivo pone el enfoque en buscar la participación activa del usuario a través de la interacción con elementos visuales, permitiendo la personalización, la exploración y la manipulación de la información. Con el diseño inclusivo, la consideración y diseño de soluciones visuales que sean accesibles y comprensibles para un amplio rango de usuarios, compromete al estudiante a tener en cuenta diferentes habilidades, capacidades y necesidades.

Estos términos innovadores en comunicación visual pueden ser aplicados en la pedagogía proyectual para fomentar un enfoque más actualizado, participativo y centrado en las necesidades y experiencias de los estudiantes.

La enseñanza de la comunicación visual con innovación pedagógica, tiene como objetivo brindar una formación integral y actualizada a sus estudiantes. Con estos enfoques y metodologías que se enumeraron, la enseñanza de la comunicación visual con innovación pedagógica busca combinar los fundamentos teóricos y prácticos de la comunicación visual con métodos pedagógicos innovadores, brindando a los estudiantes una base sólida en los principios del diseño gráfico, la composición, la tipografía, el color y otros elementos visuales, así como también promover el desarrollo de habilidades creativas y de pensamiento crítico, sin descuidar la otredad.

Al referirse a la condición de ser diferente o «otro» en relación con uno mismo, la percepción y experiencia de la alteridad, es decir, la experiencia de encontrarse con alguien o algo que es diferente a uno mismo, se contribuye al diseño en pluralidad de concepciones.

La otredad implica reconocer y respetar la diversidad, la pluralidad y la diferencia en las relaciones humanas. Reconoce que existen múltiples formas de ser, pensar, sentir y vivir, y que cada individuo o grupo tiene su propia identidad y singularidad. Este concepto es fundamental en los estudios culturales, la antropología, la sociología y otras disciplinas que se ocupan de las relaciones interculturales, la identidad y la construcción social de la diferencia. La otredad nos invita a reflexionar sobre nuestras propias perspectivas, prejuicios y estereotipos, y a desarrollar una actitud de apertura y respeto hacia aquellos que son diferentes a nosotros.

Además, la innovación pedagógica implica utilizar métodos de enseñanza actualizados y adaptados a las necesidades y características de los estudiantes, porque cada uno es diferente en sí mismo y en relación a su contexto. Esto puede incluir el uso de tecnologías digitales y herramientas de diseño, la incorporación de proyectos prácticos y colaborativos, el fomento de la experimentación y la exploración creativa, y la integración de casos de estudio y ejemplos del mundo real.

La imagen visual nos contacta con las emociones. Despertamos en la comunicación causa y efecto. En este sentido, Christin (2009) aboga por una pedagogía que fomenta la observación, el análisis crítico, la experimentación y la práctica constante. Al enseñar a los estudiantes a «ver» de manera más efectiva, se les proporciona una base sólida para desarrollar su pensamiento visual y creativo, lo cual es fundamental para el éxito en el campo del diseño gráfico.

Es cierto que la imagen visual puede tener un impacto emocional en las personas. La comunicación a través de imágenes puede despertar diferentes emociones, ya sea de

alegría, tristeza, sorpresa, ternura e incluso miedo, enojo, rechazo, entre otras. Estas respuestas emocionales pueden ser conscientes o subconscientes, variar según el contexto cultural, personal y social de cada individuo. Las imágenes visuales tienen el poder de transmitir mensajes y evocar sensaciones de manera rápida y directa. La conexión entre la imagen visual y las emociones se debe a que nuestro cerebro procesa la información visual de manera más rápida y profunda que otros tipos de estímulos. Las imágenes pueden evocar recuerdos, asociaciones y sentimientos, lo que nos permite conectar de manera más intensa con el mensaje que se quiere transmitir. Por lo tanto, la comunicación visual puede generar causa y efecto en el espectador. Esto significa que una imagen visual puede provocar una respuesta emocional o una acción por parte de quien la observa, por ejemplo, una imagen impactante puede motivar a una persona a tomar una determinada acción o cambiar su forma de pensar, adquirir un producto o hacerse fans de un artista. Es así que, la imagen visual puede ser un poderoso medio de comunicación que nos conecta con nuestras emociones y puede tener un efecto en nuestras percepciones y comportamientos.

La afirmación de que la imagen visual nos conecta con las emociones es ampliamente aceptada en el campo de la comunicación visual y el diseño. Las imágenes visuales tienen el poder de evocar respuestas emocionales en los espectadores y pueden transmitir mensajes y significados a través de la estética, el color, la composición, el simbolismo y otros elementos visuales, como lo mencionamos en párrafos anteriores. La afirmación de que la imagen visual nos conecta con las emociones es ampliamente aceptada en el campo de la psicología, la neurociencia y el diseño. Las imágenes

visuales tienen el poder de evocar respuestas emocionales en los individuos, ya que el procesamiento visual está estrechamente vinculado con los centros emocionales del cerebro. Cuando vemos una imagen, nuestro cerebro procesa rápidamente los elementos visuales, como formas, colores, composición y expresiones faciales. Las emociones son una parte integral de la experiencia humana, y las imágenes visuales tienen la capacidad de despertar y comunicar emociones de manera efectiva. Por consiguiente, el diseño visual y la comunicación visual utilizan estrategias para generar y aprovechar las emociones en la audiencia. Esto se logra a través de decisiones conscientes sobre el uso de colores, formas, tipografías, imágenes y otros elementos visuales que apelan a las emociones específicas que se desean evocar. Por ejemplo, en la publicidad, se busca crear imágenes que generen un vínculo emocional con el público objetivo para promover una respuesta emocional positiva hacia un producto o servicio. Es especialmente relevante en campos como el marketing y la publicidad, donde se utilizan estratégicamente imágenes para influir en las actitudes y comportamientos. Por ejemplo, anuncios publicitarios a menudo presentan imágenes que buscan generar una respuesta emocional positiva hacia un producto o servicio, con la esperanza de influir en las decisiones de compra de los consumidores.

Ha quedado demostrado que las imágenes visuales también pueden transmitir mensajes emocionales de manera más efectiva que el lenguaje verbal. Las emociones expresadas en una imagen pueden ser comprendidas y experimentadas de manera más directa y universal, trascendiendo las barreras lingüísticas y culturales, esa ha sido una constante en los credos por ejemplo, valiéndose de la pintura de los artistas para idealizar situaciones religiosas.

La imagen visual tiene la capacidad de establecer un contacto directo con nuestras emociones, a través de los elementos visuales, transmitir mensajes emocionales de manera efectiva. Esta conexión emocional es una herramienta poderosa en el diseño y la comunicación visual, ya que puede influir en la forma en que las personas perciben, interpretan y responden a un mensaje visual.

En conclusión, las pedagogías proyectuales en el campo de la comunicación visual promueven un enfoque educativo basado en proyectos prácticos y significativos. Estas pedagogías tienen como objetivo principal desarrollar las habilidades técnicas, creativas y críticas de los estudiantes a través de la participación activa en la creación de proyectos visuales.

Con una enseñanza-aprendizaje práctica y significativa, las pedagogías proyectuales se centran en el aprendizaje a través de proyectos reales o simulados que implican la creación de productos o soluciones visuales. Brindan a los estudiantes la oportunidad de aplicar sus conocimientos y habilidades en situaciones reales y desarrollar habilidades prácticas, de manera multidisciplinaria toda vez que fomentan la integración de conocimientos y habilidades de diversas disciplinas relacionadas con la comunicación visual, como el arte, el diseño, la psicología y la sociología. Con esta estrategia formativa, los estudiantes pueden alcanzar y proyectar sus carreras, con una comprensión más amplia y contextualizada de su campo de estudio.

Con una participación activa en su capacitación, los estudiantes son actores principales de su propio proceso de aprendizaje. Trabajar en equipos fomenta la otredad cuando se les anima a tomar decisiones, considerando el pensamiento y la opinión de otros, al plantear en sus grupos

de tareas preguntas y dudas, investigar, experimentar y reflexionar sobre su trabajo. La colaboración y la retroalimentación en el trabajo en equipo promueven el intercambio de ideas, la diversidad de perspectivas y el desarrollo de habilidades sociales.

El alumno descubre la importancia de la conexión con el mundo real, al establecer vínculos entre el aprendizaje en el aula y el mundo profesional de la comunicación visual. Los estudiantes se enfrentan a desafíos y situaciones similares a las que podrían encontrar en su carrera, en un aula abierta a analizar las realidades del entorno educativo y las asignaturas, lo que les permite adquirir experiencia práctica y desarrollar habilidades transferibles.

La educación desde las emociones complementa y enriquece los enfoques de enseñanza-aprendizaje basados en la otredad, la visión humanizada del aula, el protagonismo del estudiante y la enseñanza inclusiva. Al considerar las emociones de los estudiantes, se crea un ambiente de aprendizaje más motivador y significativo. Las emociones pueden generar empatía, comprensión y respeto hacia las diferentes perspectivas y realidades, promoviendo la reflexión crítica y la responsabilidad social.

En resumen, las pedagogías proyectuales en el campo de la comunicación visual ofrecen un enfoque educativo que promueve la participación activa de los estudiantes, el enfoque multidisciplinario, la colaboración y la conexión con el mundo real. Estas pedagogías, combinadas con una enseñanza desde las emociones, permiten un aprendizaje más motivador, significativo y humano, preparando a los estudiantes para enfrentar los desafíos y oportunidades en el ámbito profesional de la comunicación visual.



BIBLIOGRAFÍA

43

BARTHES, R. (1986). *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*. Paidós.

AUSUBEL, D. P. (1963). *The Psychology of Meaningful Verbal Learning*. Grune & Stratton.

BARZOLA, M., & GALÁN, B. (2017). *Proyectos gráficos: una pedagogía de la comunicación visual*. Ediciones Infinito.

BRACKETT, M. A., & RIVERS, S. E. (2014). *Inteligencia emocional en el aula: desarrollar la capacidad emocional para mejorar la enseñanza y el aprendizaje*. Ediciones Morata.

BRUNER, J. S. (1997). *La educación, puerta de la cultura*. Machado.

CHRISTIN, A. M. (2009). *Enseñar a ver: el diseño gráfico y su pedagogía*. Paidós.

FREDES, A., & TELLO, P. (2016). *Proyectos de comunicación visual*. Ediciones Universidad Alberto Hurtado.

DECI, E. L. Y RYAN, R. M.: (1985) *Intrinsic motivation and self-determination in human Behavior*. Plenum.

FERREIRO, E. (1982) *Los procesos constructivos de apropiación de la escritura*. Siglo XXI.

FERREIRO, E. (1986) *Proceso de alfabetización. La alfabetización en proceso*. Centro Editor de América Latina.

GARCÍA-VIDAL, J., & VERDUGO, M. Á. (2019). *Investigación en educación inclusiva: estado actual y retos futuros*. Siglo Cero

SALINAS, I. (2014). *Pedagogía de la comunicación visual*. Ediciones Morata.

VYGOTSKY, L. S. (1979). *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. Grijalbo.

VYGOTSKY, L. S. (1981). *Pensamiento y Lenguaje*. La Pléyade.

LA AUTORA



PROF. CRISTINA AMALIA LOPEZ

Periodista. Investigadora. Escritora. Comunicadora social. Especializada en Protocolo diplomático y Ceremonial público, social, castrense, eclesiástico e intercultural en las Relaciones Públicas, Humanas y Sociales. Desarrolladora de Proyectos Institucionales. Presidente de la Confederación Panamericana de Alta Costura - CONPANAC. Directora de MODELBA. Miembro de la Asociación Latinoamericana de Diseño - ALADI. Productora y conductora del Magazine de Diseño Agenda BOOK 21 en radio Conexión Abierta de la Universidad Abierta Interamericana. Miembro del Latin American Quality Institute - LAQI. Miembro de la Red de Investigadores en Diseño. Docente de Grado de la Universidad de Palermo. Docente invitada en la Cátedra de Diseño Inclusivo de la Facultad de Artes de la Universidad Nacional de Tucumán. Speaker en Congresos y Encuentro de Diseño y Comunicación. Jurado de concursos nacionales e internacionales.