

EDITORIAL: LA INTERNACIONALIZACIÓN.

MSc. Raúl Bejerano Bejerano. Relaciones Internacionales ISDi

La internacionalización en general y en particular para la formación de diseñadores es fundamental en el logro del amplio desarrollo que requiere esta profesión. Poseer una experiencia internacional es un activo que se incorpora como parte de las habilidades de los estudiantes, que después de graduados incorporan a las organizaciones donde laboran. Estas destrezas reflejan capacidades como la adaptación a nuevas situaciones y entornos, así como la adquisición de competencias transversales que son difíciles de adquirir en otros ámbitos.

La enseñanza del diseño en Cuba constituye un gran reto, debido a que esta profesión requiere actualización constante de estilos y tendencias, así como recursos y tecnología para la realización de los diferentes proyectos. Existen limitaciones económicas que colocan a estudiantes y profesionales en una posición desventajosa desde el punto de vista de la disponibilidad de recursos materiales con respecto a otros a nivel internacional. La búsqueda de alternativas y soluciones que den respuesta a diferentes necesidades, son elementos que caracterizan a los profesionales cubanos.

El Instituto Superior de Diseño de la Universidad de La Habana, único de su tipo en Cuba, promueve el intercambio de estudiantes, así como la participación de profesores de otras universidades en la docencia de pregrado y postgrado, compartiendo su experiencia, conocimientos y aportando otras perspectivas tanto contextuales como situacionales.

Como estrategia de enseñanza y aprendizaje del diseño, la internacionalización ofrece oportunidades para afianzar los valores culturales locales en relación con las dinámicas globales, así como la comprensión de los efectos de la globalización en la cultura local. También tiene el potencial de promover competencias interculturales y el aprendizaje, al incorporar diferentes mecanismos para comprender las relaciones y dimensiones global-local-regional del conocimiento en las áreas disciplinares e interdisciplinares, así como de los valores culturales, para fortalecer la identidad nacional.

Para lograr que la dimensión internacional sea un valor añadido a la docencia y que se logre una formación más internacional de los futuros profesionales del diseño, el Instituto negocia acuerdos y convenios con universidades extranjeras, así como la gestión y organización de programas internacionales específicos, la movilidad internacional de los estudiantes, la realización de workshops así como otras actividades de intercambio con universidades y organizaciones de diferentes latitudes. Esto significa que la internacionalización en el estudio del diseño en Cuba se reconoce como política y cultura institucional, que involucra a todas las áreas y actividades que se desarrollan en la universidad: docencia, investigación y extensión.

En el ámbito empresarial, debe tenerse en cuenta que el diseño es una actividad creativa transversal y debe ser considerada como un elemento de valor añadido en productos o servicios, que tiene una importancia diferente según el sector. El diseño es a su vez un factor estratégico de diferenciación, que logra ventajas competitivas que pueden ser clave para el desarrollo de las empresas a nivel internacional.

La internacionalización de las empresas es una oportunidad para garantizar su propio crecimiento y desarrollo, el diseño constituye una herramienta para que estos procesos de internacionalización sean cada vez más exitosos.

Internationalization in general and in particular for the training of designers is essential in achieving the broad development that this profession requires. Possessing an international experience is an asset that is incorporated as part of the skills of the students, who after graduating they incorporate into the organizations where they work. These skills reflect capacities such as adaptation to new situations and environments, as well as the acquisition of transversal competences that are difficult to acquire in other areas.

Teaching design in Cuba is a great challenge, because this profession requires constant updating of styles and trends, as well as resources and technology to carry out different projects. There are economic limitations that place students and professionals in a disadvantageous position from the point of view of the availability of material resources with respect to others at the international level. The search for alternatives and solutions that respond to different needs are elements that characterize Cuban professionals.

The Higher Institute of Design of the University of Havana, the only one of its kind in Cuba, promotes the exchange of students, as well as the participation of professors from other universities in undergraduate and graduate teaching, sharing their experience, knowledge and contributing other both contextual and situational perspectives.

As a design teaching and learning strategy, internationalization offers opportunities to strengthen local cultural values in relation to global dynamics, as well as understanding the effects of globalization on local culture. It also has the potential to promote intercultural competencies and learning, by incorporating different mechanisms to understand the relationships and global-local-regional dimensions of knowledge in disciplinary and interdisciplinary areas, as well as cultural values, to strengthen national identity.

To ensure that the international dimension is an added value to teaching and that a more international training is achieved for future design professionals, the Institute negotiates agreements and agreements with foreign universities, as well as the management and organization of specific international programs, the international mobility of students, holding workshops as well as other exchange activities with universities and organizations from different latitudes. This means that internationalization in the study of design in Cuba is recognized as an institutional policy and culture, which involves all areas and activities carried out at the university: teaching, research and extension.

In the business sphere, it must be taken into account that design is a transversal creative activity and must be considered as an element of added value in products or services, which has a different importance depending on the sector. Design is in turn a strategic factor of differentiation, which achieves competitive advantages that can be key for the development of companies at an international level.

The internationalization of companies is an opportunity to guarantee their own growth and development, design constitutes a tool for these internationalization processes to be increasingly successful.