

La Habana, 2003
Encuentro Internacional de Escuelas de Diseño

Título: La formación de diseñadores en vinculación con la sociedad

Autor: Patricia Espinosa Gómez

Universidad Iberoamericana, México

Los objetivos que persiguen los diseñadores al diseñar se ligan con las circunstancias que los rodean, por eso cuando se hace un análisis histórico del diseño, es posible reconocer determinadas tendencias que pueden ser comprendidas en base al análisis de los movimientos sociales, económicos, culturales y estéticos y que se entienden como el resultado de un proceso de desarrollo.

El diseño del producto y de las comunicaciones visuales, incluye las relaciones estético-formales así como las funcionales y productivas, que se sintetizan en un objeto. La "forma" del diseño implica una relación entre estos factores pero siempre debe considerar al contexto social y cultural desde el cual se genera una necesidad.

Las circunstancias que rodean a las necesidades de diseño son diversas, por eso en principio no es posible definir una imagen unitaria del mismo a nivel mundial. Las formas no pretenden validez para todas las épocas y circunstancias, es necesario encontrar valores y normas culturales "propias", que permitan que el diseño sea un factor de bienestar para las personas. En los países del tercer mundo se reciben una serie de tendencias de diseño que se generan en los países desarrollados y que sin embargo no es posible, ni deseable, retomar de la misma manera y aplicar sin cambios.

Cuando un diseñador propone una solución de diseño lo hace definiendo un cierto material, un tipo de proceso; una cierta ergonomía, una determinada complejidad técnica y características específicas de forma, color y composición. El resultado obtenido impactará en forma positiva o negativa a una sociedad, ya que sus características formales y funcionales darán pie a ciertas relaciones de poder entre los grupos, el lenguaje formal del objeto hará referencia de alguna manera a lo comunitario o a lo global y la inclusión de criterios de producción incidirá en las relaciones de dependencia o independencia tecnológica y promoverá (o no) el desarrollo sustentable de los pueblos.

El diseñador debe asumir la responsabilidad de los cambios sociales, económicos y políticos que acompañan a la conformación de un producto, por eso es necesario que sea capaz de analizar y evaluar adecuadamente los ámbitos de los que surge la necesidad de modo que su respuesta sea pertinente a sitios y personas, incorporando en sus propuestas un lenguaje formal adecuado a una situación concreta y códigos compartidos con el usuario o perceptor a quién dirige el producto. Los diseñadores pueden ayudar a lograr mayores niveles en el bienestar de las personas a través de la conformación de objetos que sean respetuosos de los recursos culturales

y materiales, por eso para el diseño la sociedad y sus prácticas sociales son la fuente principal de necesidades que deberán ser satisfechas de forma holística (Holismo denominado también sinergia sostiene que una colección de entidades u objetos puede generar una realidad amplia no analizable en términos de los componentes en sí mismos; que la realidad de un fenómeno es por lo general más grande que la suma de sus partes. BERMAN Morris, El reencantamiento del mundo... pág 168).

Desde el punto de vista del Departamento de Diseño de la UIA, la incorporación del diseño como factor de desarrollo social debe ser una realidad en el México multicultural y pluriétnico actual: para lograrlo es necesario crear conciencia en los alumnos (futuros profesionales del diseño) de la importancia de la profesión en el desarrollo del país. Es necesario abrir sus perspectivas de modo que visualicen otras modalidades de trabajo que les permitan participar en el planteamiento de un México más justo.

Ante el cuestionamiento de los modelos de desarrollo en los que hemos vivido, se impone la búsqueda de un tipo de conocimiento distinto, que permita una reorganización de los saberes de los estudiantes para enfrentar los grandes problemas de nuestro país de forma más adecuada. El acercamiento a los problemas no puede, ni debe darse sólo desde una perspectiva, hay que acercarse a ellos usando metodologías alternativas e intentando tener una visión de conjunto.

La hipótesis que nos hemos planteado, es que queremos formar a los profesionistas que serán capaces de dar respuestas adecuadas a los problemas de México, por lo que debemos darle a los estudiantes la oportunidad de situarse en la realidad de un país en un contexto de enorme complejidad, con una sociedad de grandes contrastes y que compite en un mundo globalizado. Para ello la estrategia es lograr un vínculo entre la formación profesional con la sociedad a través de una serie de experiencias educativas denominadas "proyectos de vinculación" que dan a los alumnos la oportunidad de interactuar con la sociedad a través de la resolución de problemas reales, permitiéndoles una conciencia más clara del contexto nacional y adquiriendo un aprendizaje significativo. El trabajo con problemas reales les permitirá lograr categorías de análisis nuevas y más pertinentes, así como una conceptualización más consistente de la cultura y las relaciones en el mundo social.

Los proyectos de vinculación se empezaron a trabajar en las licenciaturas de diseño de la Universidad Iberoamericana en el año de 1996 con una propuesta que hizo la compañía Motorola que contaba con experiencias previas de este tipo y tenía la necesidad de desarrollar un radio-comunicador de dos vías dirigido a un mercado latinoamericano. Los resultados obtenidos a través de este trabajo, permitió que los académicos de las licenciaturas de diseño evaluaran de la importancia de este tipo de proyectos y los incorporaran a la formación de los futuros diseñadores.

Buscando la fundamentación de este sistema y en aras de avanzar en la construcción del conocimiento sobre la enseñanza del diseño, se empezó a trabajar en la estructuración del proyecto educativo de vinculación basado en un grupo de teorías: el Constructivismo, las Teorías de la Práctica y el Aprendizaje Situado, que pueden ser descritas como un grupo de teorías sobre

la naturaleza de la práctica y en las que se plantea la necesidad de construir nuevos caminos de acercamiento a la realidad.

Los investigadores que han trabajado con estos planteamientos, concuerdan con la condición de que las relaciones de las personas que actúan e interactúan en sus actividades con el mundo social, no deben ser exploradas aisladamente de los conceptos cognitivos, que la actividad social siempre involucra cambios en el conocimiento y que la participación en la vida cotidiana puede ser pensada como un proceso de cambio de entendimiento del conocimiento.

Si se asume que las actividades cotidianas se dan en forma situacionalmente específica y que las personas suelen hacer varias actividades al mismo tiempo, se entenderá porqué no es suficiente el acercamiento que se da en el aprendizaje "tradicional" en donde se plantean una serie de ejercicios que no bastan para determinar el tipo de problemas que aparecerán en la práctica.

En los proyectos de vinculación los alumnos trabajan con diversas comunidades y grupos sociales, solucionando algunos de sus problemas a través de la prefiguración de objetos y comunicaciones visuales dirigidas a estas audiencias.

En la teoría de la práctica, el contexto puede ser visto a través de una serie de relaciones concretas, históricamente construidas con y entre situaciones, esta teoría concibe el aprendizaje como histórica y culturalmente específicos y social y políticamente constituidos; y manifiesta que ya no es posible seguir estudiando el aprendizaje como si fuera un proceso contenido en la mente del aprendiz, que ignora al mundo en el que vive.

La teoría de la práctica tiene raíces eclécticas y proviene de tres orígenes históricos: la filosofía alemana clásica (de Kant a Hegel), los escritos de Marx y Engels, y la cultura soviético-rusa en la psicología de Vygotsky, Leontev y Luria. En ella hay también antecedentes de los trabajos de Bordieu, Sahlins y Giddens entre otros. Sus bases teóricas se desprenden de la psicología crítica, la antropología cognitiva y se estructuran con base en perspectivas etnometodológicas. En la actualidad esta teoría ha trascendido sus propios orígenes siendo verdaderamente internacional y multidisciplinaria.

Los teóricos de la actividad, la describen como un grupo de teorías sobre la naturaleza de la práctica, la teoría enfatiza el carácter dialéctico del conocimiento, de las relaciones en el mundo, socialmente construido y aporta un modelo de síntesis relacional centrado en parte en la experiencia situada en el mundo cotidiano. Las teorías de la práctica constituyen importantes fuentes de reivindicación teórica del papel central de la práctica en la reproducción de la sociedad.

Lo que llamamos cognición, es un fenómeno social complejo que permite que la distribución del conocimiento se organice socialmente de modo que resulte indivisible. La cognición que se observa en la práctica cotidiana, se distribuye entre la mente, el cuerpo, los afectos, la actividad y los entornos organizados culturalmente. Las personas varían sus actividades diarias en

diferentes entornos y gracias a los experimentos que se han realizados en la teoría del aprendizaje situado, se puede poner en cuestión toda frontera teórica entre:

- . Actividad y medio.
- . Formas cognitivas de actividad corporales y sociales.
- . Información y valor.
- . Problemas y soluciones.

Las categorías de análisis, objeto de estudio de las teorías de la práctica, se conforman a través del carácter rutinario de las actividades y los entornos diseñados y organizados por ellas, y la persona que interactúa constituye una unidad de análisis más adecuada para comprender la cognición y su posterior aplicación.

En la práctica, tales recursos se encuentran en la propia actividad en relación con el entorno, toman forma a partir de la interacción de múltiples realidades producidas en conflicto y generan valores. Explorar las dimensiones del carácter situacional de la actividad, permitirá establecer prerequisites sencillos para una conceptualización más consistente de la cultura, la cognición y su constitución y las relaciones en el mundo social.

Por lo que respecta al contexto desde la conceptualización de la Actividad Situada, se plantea que:

La relación central se constituye entre personas comprometidas en actividades construidas socioculturalmente y el mundo con el que están comprometidas y que cualquier acción particular es construida socialmente y tiene significado, debido a su localización en los sistemas de actividad históricamente generados.

El significado de las acciones se da a través de las relaciones entre sistemas de actividad y personas actuando y en todos los casos tiene un carácter relacional.

El análisis y la investigación que se ha venido dando en el Departamento de diseño sobre los proyectos de vinculación, se ha manejado desde una perspectiva de una investigación cualitativa (Una definición aportada por Denzin y Lincoln (1994:2) dice "es multimetódica en el enfoque, implica un enfoque interpretativo, naturalista hacia su objeto de estudio" Op. Cit. Metodología de la Investigación cualitativa, Rodríguez et al, pág. 32), ya que la complejidad de los procesos de formación (sobre todo para el diseño) implican el estudio de una realidad situada desde su contexto natural, así como el uso y recolección de variedad de materiales, experiencias personales, historias, textos, imágenes, música y objetos de muchos tipos que han sido la base para verificar las preguntas de investigación.

La puesta en marcha de un proyecto de vinculación requiere de una serie de definiciones como: el tipo de trabajo a realizar, el número y características de alumnos y maestros, los apoyos que darán tanto la institución como la universidad, el tipo de trabajo que se llevará a cabo y los

espacios en los que se desarrollará, así como el resultado esperado y los alcances y tiempos del proyecto.

Las metas que se pretenden obtener con este tipo de proyectos son las siguientes:

- . Experimentación de procesos de construcción de la realidad más pertinentes a la profesión del diseño.
- . Logro de productos y comunicaciones visuales más pertinentes, a lugares, personas y circunstancias.
- . Conjunción de conceptos teóricos y prácticos para lograr una "reflexión desde la acción"
- . Formación profesional basada en competencias profesionales.

Compromiso y participación en la actividad del Diseño desde distintas situaciones creativas.

El estudio que muestro a continuación toma en consideración una serie de proyectos de vinculación que se han trabajado en las licenciaturas de Diseño de la UIA desde el período de Primavera de 1996 a la fecha

Proyectos desarrollados con ONG's y organizaciones sociales

(ver imagen 1)

Institución	Tipo de proyecto	#P	#A	Objetos diseñados
Otomies Sierra Puebla	Apoyo	1	15	Diseño de productos artesanales para venta.
CONFIE	Apoyo	1	15	Diseño de herramental para la capacitación de personas con Síndrome de Down
Ecosolar y Mazunte (Oaxaca)	Desarrollo	3	15	Imagen de Mazunte, imagen de productos de belleza, etiquetas y aplicaciones. señalética
Educa	Desarrollo	2	25	Herramental para producción de Nuez de la India.
Ayuda a Paco	Desarrollo	1	15	Diseño de folletería y página WEB.
Educa	Desarrollo	1	14	Diseño de maquina deshumidificadora de miel de abeja
San Pedro Sula	Apoyo	4	45	Parque "México", arquitectura, mobiliario Urbano, imagen gráfica y señalización
CDH Miguel A.Pro	Apoyo	1	15	Imagen visual, manual y WEB. Señalización.
Mazahuas	Desarrollo	1	15	Imagen para tienda. concepto, diseño de tienda y envases
Cruz Roja Mexicana	Apoyo	2	30	Alcancia de la Cruz Roja para la colecta 2002.
Síndrome de Marfan	Inf y difusión	4	45	Campaña de difusión, folletería y prensa.
PIA/IAA	Inf y difusión	4	60	Carteles para el día mundial del medio ambiente.
Sito Desierto Carmen	Desarrollo	3	30	Mobiliario para comer, juegos y señalética.
Agua y M. Ambiente	Desarrollo	3	35	Imagen visual, folletería, anuncios y señalización.
AA	Campaña	4	45	Campaña de difusión para AA en el D.F.
Grupo "Vamos"	Desarrollo	3	45	Diseño de imagen visual y envases para productos naturistas.
	Apoyo	2	15	Diseño de mobiliario y equipamiento para discapacitados.
Total de proyectos 17		40	434	

En este ramo se han trabajado un total de 17 proyectos con ONG's y grupos sociales, en ellos han participado 40 académicos y 434 estudiantes, de los proyectos realizados 6 tuvieron como finalidad apoyar a las instituciones en programas establecidos, 8 el desarrollo de estrategias de comunicación y productos, 2 se plantearon con la finalidad de informar y difundir acciones o programas y uno como campaña de concientización.

Del total de proyectos 7 se han llevado a cabo y 3 están en proceso de planeación para su implementación.

Proyectos desarrollados con la Universidad y sus dependencias

(ver imagen 2)

Institución	Tipo de proyecto	# P	# A	Objetos diseñados
Diseño- electrónica	Interdisciplinario- formación	3	45	Material didáctico interactivo para niños discapacitados.
Escuela Superior de Música UNAM	Apoyo	1	15	Diseño de vestuario escénico para la ópera La Flauta Mágica de Mozart.
Comunicación social	Información	4	60	Folletería institucional para alumnos de 1º ingreso.
Comunicación social	Inf ormación y difusión	3	45	Diseño de carteles para preparatorias.
UIA Radio Ibero	Nuevos productos	1	15	Concepto e imagen para 90.9 radio. Diseño de papelería, aplicaciones y manual.
Diseño- Biomédica	Nuevos productos	3	20	Mobiliario y equipamiento para discapacitados.
UIA Exalumnos	Inf y difusión	4	60	Diseño del boletín bimensual.
Total de proyectos 7		19	260	

Se han trabajado un total de 7 proyectos. Uno con una institución educativa fuera de la UIA y en ellos han participado 19 académicos y 260 estudiantes. De los proyectos realizados 1 tuvo como finalidad apoyar a la institución en programas establecidos, 2 el desarrollo de nuevos productos, 3 con la finalidad de informar y difundir acciones o programas y uno como ejercicio de formación de los alumnos. Del total de proyectos 6 se han implementado.

Proyectos desarrollados con diversas dependencias del gobierno

(ver imagen 3)

Institución	Tipo de proyecto	#	Objetos diseñados	
STPS	Inf y difusión	3	30	Carteles sobre "La nueva cultura Laboral"
Gobierno del D.F.	Inf. concientización y difusión	3	60	Campaña de concientización para la disposición de residuos sólidos en el D.F.
Policía del D.F.	Cambio de imagen.	3	35	Imagen visual para la policía metropolitana y sus corporaciones. diseño de uniformes.
Total de proyectos 3		9	125	

Se han trabajado un total de 3 proyectos, uno con el gobierno federal y dos con el gobierno del Distrito Federal. En ellos han participado 9 académicos y 125 estudiantes; 2 tuvieron como finalidad apoyar a las instituciones en la concientización y la difusión de programas y 1 el cambio de imagen de las corporaciones policíacas.

Del total de proyectos 1 se llevó a cabo, uno está en espera de su implementación y el tercero está en proceso de evaluación.

Proyectos desarrollados con empresas privadas(ver imagen 4)

Compañía	Tipo de proyecto	# P	# A	Resultados Obtenidos
Motomía	Nuevos productos	2	20	Desarrollo de radio comunicación de dos vías
Taurus	Nuevos productos	2	30	Nuevos modelos de licuadoras y planchas
IMPEX	Comercialización	3	30	Diseño de marca, etiquetas y propuestas gráficas
Diritto	Nuevos productos	2	15	Diseño de exhibidores y POP para misceláneas
Levi Strauss Mexico	Nuevos productos	2	20	Diseño de exhibidores, POP y manuales
VW Mexicana	Nuevos productos	2	30	Lavadoras manuales y semiautomáticas
Casa Pedro Domecq	Comercialización	2	30	Marca Caden Color, aplicación en envases
Casa Pedro Domecq	Nuevos productos	1	30	"La bebida del año 2002" campaña de venta
Taurus Mexicana	Nuevos productos	2	30	Diseño de conceptos de licuadoras
Canon	Nuevos productos	3	45	Investigación mercado, rediseño imagen, envases, POP
Vollvagen Mexico	Nuevos productos	2	25	Análisis prospectivo, carrocetas e interiores
VW Mexicana	Nuevos productos	2	30	Conceptos de parillas y mesas de empalar
Casa Pedro Domecq	Comercialización	1	30	Rediseño de bebida, interiores, imagen, POP
Canon	Nuevos productos	2	30	Campaña cámaras digitales, concepto y aplicaciones
VOIT	Comercialización	2	30	Cambio de imagen, concepto y aplicaciones en revista, envase y página Web
MBT Mex, Sonneborn	Comercialización	1	15	Rediseño de imagen, manual y envases
ICMM SA de CV	Nuevos productos	2	30	Concepto e imagen para ensaladas de fruta, aplicación en envases, publicidad y POP
Maseca	Nuevos productos	2	30	Imagen para harina de maíz con soya, concepto, diseño de envases, publicidad y POP
Casa Pedro Domecq	Nuevos productos	2	30	Concepto y diseño de imagen y POP para línea de vinagres de yerba y balsámicos
Motomía INC	Nuevos productos	2	20	Sistemas de comunicación para empresas privadas
Comercial Mexicana	Comercialización y venta	2	30	Diseño de concepto para área de ropa, diseño de imagen, lay out y mobiliario
CANIEM	Campaña de difusión	4	60	Campaña de difusión, premio CANIEM al arte editorial 03
Total de proyectos 22		48	690	

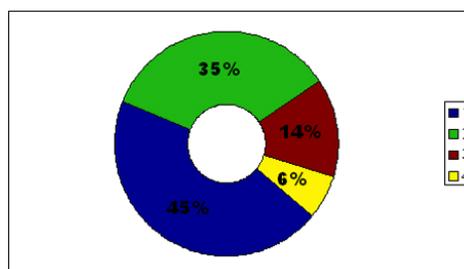
Los totales se resumen de la siguiente manera:

Se han trabajado un total de 22 proyectos, con organizaciones privadas y empresariales en los cuales han participado 45 académicos y 630 estudiantes;13 tuvieron como finalidad el desarrollo de estrategias de comunicación y nuevos productos, 6 el diseño de conceptos para la comercialización y 1 el diseño de campañas de difusión.

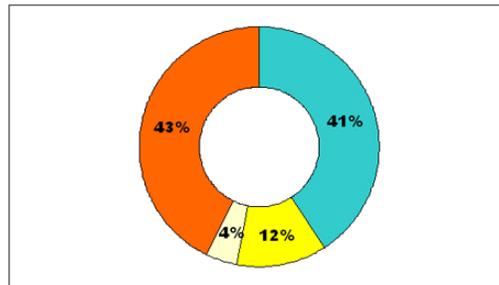
Del total de proyectos 6 se implementaron, uno se está rediseñando por los propios estudiantes y 1 está en proceso de evaluación.

Quizá es conveniente anotar que en general las compañías no han buscado el desarrollo total de los productos, sino que a través de estos proyectos buscan visualizar nuevos caminos que por regla general general no experimentan los despachos y empresas de diseño profesionales.

Desde el año de 1996 a la fecha se han trabajado en 15 periodos, en los que se han desarrollado 49 proyectos con distintos sectores de la sociedad. En ellos han tomado parte un total de 116 académicos y 1509 estudiantes de diversos semestres y de las tres licenciaturas. El 44.9 % de los proyectos se ha trabajado con compañías privadas, el 34.6 % con ONG's y grupos que buscan el desarrollo social, el 14.2 % con universidades y el 6.3 con dependencias gubernamentales(ver imagen 5).



De los proyectos planteados 20 se han realizado, 6 están en proceso para su implementación y 2 en evaluación(ver imagen 6).



La mayor parte de se han llevado a cabo en las instalaciones de la Universidad Iberoamericana pero en cada uno de ellos los estudiantes han tenido que trasladarse al sitio en el que se genera la necesidad, han conocido al público receptor y al usuario y han trabajado de forma cercana con el cliente. En los proyectos ha habido trabajo individual, en equipo, interdisciplinar y transdisciplinar, es interesante comentar que en cada proyecto los estudiantes han tenido que encontrar las formas que les permitan un entendimiento y una conceptualización que englobe una visión plural del problema.

En términos generales los resultados obtenidos han sido satisfactorios para todas las partes. Las instituciones consideran que el trabajo realizado es muy profesional, y que la presentación de "ideas frescas" es fundamental, ya que les amplía sus perspectivas.

Durante el transcurso de los proyectos, las instituciones se comprometen a retroalimentar a los alumnos cuando menos en tres ocasiones, al inicio del proyecto, a través de correcciones a la mitad del mismo y en la entrega final, en la que se les pide que evalúen los resultados dando comentarios a los alumnos sobre las fortalezas y debilidades de los diseños presentados.

Los maestros involucrados también consideran que los resultados obtenidos son superiores a los que se logran con métodos tradicionales.

En las entrevistas realizadas a algunos de los maestros participantes se obtienen las siguientes conclusiones:

- . Son experiencias valiosas que hay que continuar.
- . Permiten a los alumnos visualizar otras perspectivas respecto de su quehacer profesional.
- . Les posibilitan el contacto y diálogo con diferentes audiencias.
- . Les abre la puerta a otro tipo de información con la que normalmente no es posible contar en el aula.
- . Les exige poner en juego competencias profesionales más allá de las aprendidas en el aula.

- . Los procesos de desarrollo de los proyectos son distintos y dan como resultado un aprendizaje significativo.
- . Les permite a los estudiantes una visión más amplia de México y sus problemas.
- . Amplían las perspectivas a una mayor incidencia del diseño en la resolución de necesidades.
- . Implican una visión más compleja y un análisis desde distintas perspectivas.
- . Requieren más cantidad de energía y tiempo para su realización.

Se llevaron a cabo una serie de entrevistas con algunos de los estudiantes participantes y de éstas se derivan las siguientes conclusiones:

- . Son experiencias valiosas que permiten a los alumnos un tipo de acercamiento "más responsable" con los perceptores y usuarios . de su diseño.
- . Les permiten descubrir otras realidades que muchas veces no conocen.
- . Les dan oportunidad de comprender que el diseño puede ayudar a resolver necesidades de muchos tipos.
- . El conocer a los perceptores y usuarios de sus diseños, les permite experimentar con lenguajes y formas distintos y más . pertinentes.
- . Profesionalmente les permite ejercer algunas competencias que no requerirían en un ejercicio en clase.

A partir de los datos obtenidos en la investigación presentaré la respuesta a algunas de las preguntas realizadas:

¿Qué tipo de conocimientos, habilidades, actitudes y competencias profesionales obtienen los alumnos que participan en este tipo de proyectos y que no es posible obtener en otro tipo de experiencia educativa?

- . Síntesis de diseño más pertinentes, tanto en la conceptualización del proyecto como en su presentación.
- . Mejor manejo de la forma, el volumen y la expresión gráfica, y del

lenguaje oral y escrito.

- . Trabajo en equipo y en su caso en forma interdisciplinaria.
- . Capacidad de manejo de datos de forma integral, visualizando los elementos de forma no fragmentaria.

¿Cuáles son las características de los procesos de construcción del objeto diseñado en este tipo de proyectos y en qué difieren de aquellos surgidos de procesos tradicionales dentro del aula?

- . Contacto directo con los clientes y perceptores de los proyectos, que les permiten comprender realidades diversas, la necesidad de manejar un lenguaje funcional, formal y tecnológico pertinente a las circunstancias de las que surge la necesidad.
- . Trabajo a través de la "reflexión desde la acción", con un proyecto que presenta una serie de requerimientos reales y busca la solución de problemas presentados por un cliente y dirigido a un perceptor o usuario y con una complejidad cercana a la realidad.
- . Mayor conciencia de otro tipo de problemática social en México.
- . Contacto con grupos diversos que permite a los alumnos la revaloración de sitios y personas.
- . Concientización del diseñador respecto de su responsabilidad frente a la sociedad.

¿De qué manera los proyectos de vinculación apoyan la comprensión de conceptos en los alumnos?

- . En las sesiones de "corrección", los alumnos deben presentar soluciones de diseño fundamentadas para lo que deben hacer uso de los conceptos teóricos, uniendo teoría y práctica.
- . Retroalimentación por parte de la institución, que les ayuda a comprender si sus conceptos se aplicaron de forma pertinente y porqué.
- . Mayor comprensión de la problemática gracias al contacto con el emisor y perceptor.
- . El trabajo continuo con profesores, instituciones y perceptores, les permite obtener conocimientos significativos y un desempeño más

pertinente.

¿Hasta dónde los objetos y comunicaciones visuales diseñados resultan más pertinentes frente a los usuarios?

. Los resultados obtenidos parecen pertinentes tanto para clientes como para perceptores de los proyectos, sin embargo no se cuenta con información objetiva que permita establecer el rango de "conveniencia" de los mismos y mucho menos evaluarlos de forma cuantitativa.

¿Qué características deben tener los proyectos e instituciones con los que se vincule el trabajo de los alumnos para que realmente ayuden a lograr una formación acorde con los valores y principios de la UIA?

. Permitir el acceso de los alumnos a otros ámbitos en los que puedan desarrollar competencias profesionales propias.
. Posibilitar el contacto con personas y sectores en los que el futuro diseñador desarrollará su quehacer profesional.
. Compromiso de las instituciones participantes en este tipo de convenios, para dar la retroalimentación necesaria a los alumnos durante el tiempo en el que se desarrolle el proyecto.

¿Cuáles son los criterios académicos y operativos dentro de los que se tiene que trabajar este tipo de proyectos?

. Contar con una institución dispuesta a invertir una cierta cantidad de tiempo y recursos en la formación de los alumnos.
. Con académicos dispuestos a invertir mayor cantidad de tiempo y energía para la realización de los proyectos.
. Acceso al sitio donde se genera la necesidad y contacto real con perceptores y usuarios de los proyectos de diseño.
. Adecuado seguimiento de los resultados de diseño.
. Incorporación de información de producción y costos, posibilitando la integración de los alumnos en los procesos de producción.
. Instrumentos para la evaluación como bitácoras, dummies, modelos, prototipos, fotografías, encuestas, entrevistas, y todo lo

necesario ya que posibilitarán el seguimiento de los procesos.

Resumen y conclusiones.

- . Los proyectos de vinculación han venido incrementándose en cantidad, en la participación de alumnos y maestros y en la calidad de los resultados obtenidos.
- . Hay mayor conciencia entre profesores y alumnos sobre su importancia en el proceso de formación de los futuros diseñadores egresados de la UIA.
- . Al interior de la planta docente hay certeza de que apoyan los procesos de reflexión en la acción y la conjunción de conceptos teóricos y prácticos durante los procesos de diseño.
- . La participación de los alumnos de diseño en los proyectos de vinculación les permite participar en una serie de experiencias que les dan una visión más amplia de la situación de México y el mundo y de las responsabilidades del diseño frente a la sociedad.
- . Permiten a los alumnos la construcción de procesos de aprendizaje que se relacionan con una visión menos fragmentaria de los problemas.
- . Les permite contar con información actualizada y pertinente para fundamentar los resultados de diseño.

La participación continua en este tipo de proyectos ha permitido que las licenciaturas en Diseño cuenten con parámetros para que los proyectos de vinculación sean más adecuados tanto para la obtención de resultados de diseño, como en los procesos de enseñanza y aprendizaje.

No se cuenta aún con evidencias que permita evaluar cuáles son los conocimientos, habilidades y actitudes precisas y específicas del Diseño que se dan en este tipo de proceso y que no es factible adquirir en otros.

Anexo 1. Listado de proyectos del Departamento de Diseño

(ver imagen 7)

P	Institución	Sector	Tipo de proyecto	#	Objetos diseñados
P	Motorola	Privado	Desarrollo	20	Desarrollo de radio comunicación de dos vías
96	USA	Educ.	Interdisciplinario	45	Material didáctico interactivo para niños discapacitados
O	Taurus	Privado	Nuevos productos	30	Diseño de nuevos conceptos de licuadoras y planchas
	CONFIE	ONG	Apoyo	15	Herramental capacitación de personas con Síndrome de Down
	Otomías del Edo de Puebla	ONG	Desarrollo	15	Diseño de productos artesanales como apoyo a la comunidad
P	IMPEX	Privado	Comercialización	30	Imagen de marca. Etiquetas y propuestas gráficas
97	Escuelas y Mazunte (1)	ONG	Desarrollo	15	Imagen de productos de belleza. Etiquetas y aplicaciones
	Bimbo	Privado	Nuevos productos	15	Diseño de exhibidores y POP para misceláneas.
	Levi Strauss Mexicana	Privado	Nuevos productos	20	Exhibidores, POPs, señalización y manuales para aparadores
	Esc. Sup. de Música UNAM	Educ.	Apoyo	15	Vestuario escénico para la ópera La Flauta Mágica de Mozart
	WW Mexicana	Privado	Nuevos productos	30	Conceptos lavadoras manuales y semiautomáticas para exp.
P	Escuelas y Mazunte (2)	ONG	Desarrollo	15	Imagen de Mazunte. Aplicación en folletería y carteles
98	Educa	ONG	Desarrollo	30	Diseño de herramienta para la producción de Nuez de la India
	Casa Pedro Domínguez	Privado	Comerc. y venta	30	Imagen de marca Caribe Cooler. Envases y etiquetas
O	Escuelas y Mazunte (3)	ONG	Desarrollo	15	Señalización, tipografía y pictogramas, sistema de sugestión
98	Educa	ONG	Desarrollo	15	Diseño de máquina deshumidificadora de miel de abeja
	Casa Pedro Domínguez	Privado	Nuevos productos	30	"La bebida del año 2000", campaña comercialización.
	Ayuda a Paco	ONG	Desarrollo	15	Diseño de folletería y página WEB
	Taurus Mexicana	Privado	Nuevos productos	30	Diseño de conceptos de licuadoras
	San Pedro Sula	Social	Desarrollo	45	Parque "México", arquitectura, mobiliario, imagen y señalización
P	Canon	Privado	Nuevos productos	45	Investigación de mercado, rediseño imagen, envases y POP
99	Volkswagen de México	Privado	Nuevos productos	15	Análisis prospectivo, carrocerías e interiores.
	WW Mexicana	Privado	Nuevos productos	30	Diseño de conceptos en parrillas y mesas de empotrar
O	Casa Pedro Domínguez	Privado	Comerc. y venta	30	Proyecto de rediseño de tienda, interiores, imagen, punto de venta
P	Canon	Privado	Nuevos productos	30	Cámaras digitales, concepto y aplicaciones en revista, periódico y página Web

O	VOIT	Privado	Comerc. y venta	30	Cambio de imagen de productos deportivos: concepto y aplicaciones en revistas, empaques y página Web
00	MBT México, Sonneborn	Privado	Comerc. y venta	15	Rediseño de imagen, manual de uso y aplicaciones
P	ICMM SA de CV	Privado	Nuevos productos	30	Concepto e imagen para ensaladas de fruta, aplicaciones
01	UA	Privado	Información	60	Folletería institucional para alumnos de primer ingreso
O	Maseca	Privado	Nuevos productos	30	Cambio de imagen para harina de maíz enriquecida con soya, concepto, diseño de envase, punto de venta y publicidad
01	CDH Miguel Agustín Pro	ONG	Desarrollo	15	Imagen visual, manual, página WEB, señalización
	Mazatlán	ONG	Desarrollo	15	Imagen para tienda en el proyecto "de ambulantes a locatarios"
	UA	Privado	Información	40	Concepto, diseño de tienda y envases
	Cruz Roja Mexicana	ONG	Apoyo	30	Folletería institucional para alumnos de primer ingreso
	STPS	Gobierno	Información y difusión	30	Diseño de la campaña de la Cruz Roja para la colecta 2002
P	Casa Pedro Domínguez	Privado	Nuevos productos	30	Diseño de carteles sobre "La nueva cultura Laboral"
02	Síndrome de Marfan	ONG	Información y difusión	45	Concepto y diseño de imagen y POP para vinagres de yema
	Gobierno del D.F.	Gobierno	Comunicación y difusión	60	Campaña de difusión, folletería y anuncios de prensa
	UA	Privado	Nuevos productos	15	Campaña de concientización para la disposición de residuos sólidos en el D.F.
	PRIMA	Privado	Información y difusión	60	Concepto e imagen para 90.9 radio. Diseño de aplicaciones
	Motogig INC	Privado	Nuevos productos	60	Carteles para el día mundial del medio ambiente
	Santo Desierto del Carmen	ONG	Desarrollo	30	Concepto para sistemas de construcción para empresa productora
O	Agua y Medio Ambiente	ONG	Desarrollo	35	Diseño de áreas, mobiliario, juegos y sistema señalético
02	Comercial Mexicana	Privado	Comerc. y venta	30	Imagen visual del proyecto, folletería, anuncios y señalización
	DGP del D.F.	Gob.	Cambio de imagen	15	Concepto para áreas, diseño de imagen, lay out y mobiliario
	Alcohólicos anónimos	ONG	Campaña	45	Imagen visual para policía metropolitana, uniformes y aplicaciones
P	CANIEM	Privado	Campaña de difusión	60	Campaña de difusión para alcohólicos anónimos en el D.F.
03	UA-Exalumnos	Privado	Información y difusión	60	Diseño de imagen visual y envases para productos naturales
	UA-Exalumnos	Privado	Información y difusión	60	Campaña de difusión, premio CANIEM al arte editorial 2003
	UA-Exalumnos	Privado	Información y difusión	60	Diseño de mobiliario y equipamiento para discapacitados
	UA-Exalumnos	Privado	Información y difusión	60	Diseño de boletín bimensual