

Título:

Prolegómenos a una teoría del Diseño Gráfico

Autor:

Alexis Castellanos Escobar

Diseñador Gráfico – Universidad Nacional de Colombia

Magíster en Comunicación – Pontificia Universidad Javeriana

Profesor e Investigador

Fundación Universitaria Los Libertadores

Bogotá, Colombia

acastellanose@libertadores.edu.co

Resumen:

La urgente necesidad de la formulación de cuerpos teóricos que den cuenta de la dinámica práctica proyectual del diseño gráfico se convierte en uno de los desafíos más apremiantes ante la masificación y crisis de la disciplina, así como la instauración de una cultura visual contemporánea mediada por tecnicidades en un complejo contexto económico y sociocultural. De esta forma la ponencia plantea la discusión por la actualización de una teoría del diseño gráfico y la formulación de un constructo teórico que permita la articulación de las nuevas prácticas (dimensión praxeológica) con sus apuestas conceptuales (dimensión epistemológica).

La primera parte se fundamenta en la investigación bibliográfica integrando tanto fuentes primarias y secundarias, como literatura gris lo que permitió obtener una visión holística y sistémica de la teoría del diseño gráfico, tanto en sus cimientos básicos como las nuevas perspectivas y direcciones abiertas por autores contemporáneos de las corrientes europeas, americanas y latinoamericanas. Aunado a lo anterior se verifica a partir de observación y abstracción la práctica proyectual, empleando instrumentos de análisis y evaluaciones mediante la aplicación de matrices de tipo cualitativo. Como resultado de lo anterior se llega a la formulación de un constructo teórico sobre el diseño gráfico, en el cual se establece como dominio del diseño la dimensión proyectual y la comunicación en el entrecruce de elementos como la creatividad, la innovación, la visualidad y la discursividad.

PROLEGÓMENOS A UNA TEORÍA DEL DISEÑO GRÁFICO

“Theory is all about the question “why?” The process of becoming a designer is focused largely on “how”: how to use software, how to solve problems, how to organize information, how to get clients, how to work with printers, and so on” (Amstrong, 2009, p. 6).

Un breve contexto: el devenir del diseño gráfico

A principios del siglo XX irrumpe el impulso de la cultura material en América Latina y sus heterogéneos procesos de industrialización, mientras el contexto global se enmarca en una serie de conflictos y pujas de diversa índole. Grandes transformaciones se dan en el mundo, y la noción de diseño comienza cada vez a ser más amplia y a la vez más ambiguaⁱ. En el contexto global las guerras mundiales han dejado una paradoja, donde las ciudades han quedado devastadas y el “diseño” obtiene una mejor posición en el ámbito empresarial y académico angloamericano y europeo. Recordemos que la famosa *Hochschule für Gestaltung*, más conocida como la Escuela de Ulm “*surgió durante la fase de reconstrucción de un país cuya infraestructura había sido destruida en la segunda guerra mundial*” (Bonsiepe, 2012, p. 196).

Es así como “ganadores y perdedores” se reúnen para revisar la agenda globalⁱⁱ, examinando las necesidades y temas a trabajar en el mundo en los próximos años. Empero en el campo del diseño la brecha entre el “centro” y la “periferia” se hace latente, tal como ha expresado Gui Bonsiepe quien ha recorrido diferentes latitudes, resaltando las disparidades entre una y otra, y entendiendo que el concepto de “periferia” “*no debe ser entendido en el sentido urbanístico, ni tampoco en el sentido geográfico... Periferia significa en nuestra reflexión la pérdida de autonomía en términos políticos, económicos, tecnológicos y culturales*” (Bonsiepe, 2012, p. IX).

Para el caso colombiano, la desigualdad y el incipiente desarrollo teórico del diseño ha estado acompañado del desbocado interés en la producción operativa, así como la apuesta por una práctica instrumental sostenida por mano de obra barata con un gran énfasis en habilidades técnicas en manejo de software. No obstante esto ha traído un crecimiento significativo de la disciplina del diseño gráfico en el ámbito en las grandes y medianas ciudadesⁱⁱⁱ, afirmando la tesis que ha señalado Isabel Campi cuando precisa que “*el incremento de la actividad proyectual, apareció también como consecuencia de la división del trabajo productivo*” (Campi, 2007, p. 26), lo que permitió un papel más prominente del diseño gráfico en la escena laboral y en la oferta educativa de diversas instituciones y universidades^{iv}.

No obstante, la producción, circulación y consumo de productos/ servicios ha jugado un papel determinante para el diseño, donde se podría afirmar que “sin industria no hay diseño”. Ergo la configuración de un campo disciplinar llamado Diseño Gráfico en Colombia, responde a los procesos de industrialización que se han venido implantando, así como la tecnificación en la creación de artefactos materiales y semióticos de diversa índole en diferentes medios y soportes. Por tal motivo de manera sintética se pueden escamotear algunos factores que pueden dar una base sobre la cual realizar un análisis más profundo en el desarrollo histórico del Diseño Gráfico en el contexto colombiano del siglo XIX y XX:

- La implantación fábricas textiles y confecciones donde se encontraban fuertes empresas como Fabricato-Tejicondor y Coltejer.
- La industria tabacalera con Coltabaco y su marca estrella Pielroja.
- La agroindustria del café y la caña de azúcar con Café de Colombia y Azúcar Manuelita.
- El cemento y los materiales de construcción destacándose Cementos Samper y Cementos Boyacá.

- Los medios de comunicación masiva, radio, televisión, periódicos, revistas que de manera paulatina fueron conformándose en el país.
- Recientemente se ha dado el fenómeno de la masificación de ordenadores y equipos de cómputo con software especializado para diseño que permite la automatización de procesos relacionados con el hacer del mismo.

Todo lo anterior tuvo un enorme tropiezo, debido a la pésima infraestructura de sistemas de transporte y de vías que permitieran un sistema de conexión en un entorno topográfico bien diverso, lo que no permitió el avance de la industria local. Pese a este lastre, el comercio que en el país comienza a consolidarse requerirá la demanda del trabajo de artesanos y empíricos especializados en las artes gráficas^v, el diseño de comunicación y la publicidad^{vi}.

Otro detonante fue la entrada de maquinaria y equipos más competitivos y la tecnificación de procesos que reconfiguró drásticamente los oficios que se aglutinaban alrededor de lo que en ese momento era denominado “Diseño Gráfico”; los nuevos aparatos reducían no solo tiempos de producción sino también trastocó el sector en la conformación de los equipos de trabajo, tiempos, dinámicas y evidenció la aparición de nuevas especialidades y áreas laborales^{vii}. El Diseño Gráfico por antonomasia se refugió en el academicismo intentando validar un discurso proyectual pero en la mayoría de los casos mirando a la lejanía el devenir del sector productivo^{viii}, particularmente de las artes gráficas y de la industria editorial que ha tenido tradición y trayectoria en el país, desde la llegada de la imprenta en el siglo XVIII con los jesuitas. Lamentablemente este hiato ha venido superándose gracias a la implementación de iniciativas privadas y públicas en el país, como es el caso de los clúster y la conformación de industrias creativas y culturales.

Así mismo, el paso del diseño desde una mirada de oficio y artesanado, da un paso hacia la profesionalización pues es en la década de los 60 surgen las primeras escuelas y programas de Diseño Gráfico en el país^{ix}. Aunado a este fenómeno se evidencian desplazamientos importantes donde se destacan el cambio de espacios de trabajo y la reconfiguración de las dinámicas laborales. Del “taller a la fábrica”, y luego de la “fábrica a la empresa” que modifican drásticamente no solo la concepción espacial, sino la cualificación y características de quienes allí trabajaban.

Sin embargo el “mal de ojo” que ha escoltado al diseño gráfico en Colombia lo redujo solo a su potencial instrumental, al uso y dominio de herramientas que permitieran el desarrollo de piezas y obras/productos que pudieran ser reproducibles, con el objetivo de solventar necesidades de comunicación en un contexto determinado^x. Por su parte la dimensión estética del diseño gráfico con un aroma heredada de las artes, se inclinó a una noción netamente “cosmética”, como ha precisado en varias ocasiones Gui Bonsiepe^{xi}.

La entrada estética-artística y la semiótica-visual comunicativa

Pese a lo difuso que pueda ser el panorama, y el deambular que ha tenido el Diseño Gráfico en Colombia, aún se mantienen las hegemónicas herencias epistemológicas y pedagógicas de las artes, la arquitectura y la comunicación. Esto ha hecho que la disciplina configure objetos de estudio bien particulares^{xii}, llevando a una pluralidad de perspectivas e incluso de distorsiones y mal entendidos.

Más sin embargo, dos posturas se han afianzado en el campo del Diseño Gráfico en Colombia, donde quizá la más reconocida es la entrada estética-artística que ubica al diseño en un orden epistémico de la sensibilidad y el mundo de lo sensible, con unas habilidades propias del artesanado, donde la praxis tiene un componente protagónico. La siguiente entrada es la semiótica-visual comunicativa que retoma las propuestas del estructuralismo europeo, orientando la especificidad del diseño gráfico a la comunicación visual y la construcción de mensajes que respondan a las demandas de un contexto sociocultural determinado. En ambas, la tecnología es vista como un medio, dispositivo o herramientas

que permite concretar la acción de diseño. El desafío a superar la mirada hacia el impacto de las tecnologías aún sigue siendo la ruta común que ha trasegado el Diseño Gráfico.

Ahora bien con respeto a los referentes en los abordajes históricos que más han influenciado a las escuelas colombianas se encuentran la propuesta del reconocido Philip Meggs quien recopila en su célebre obra "*Historia del Diseño Gráfico*" una serie de hechos visuales, que aglutina como un relato hilado que da cuenta del nacimiento de una disciplina cuyo enfoque es la comunicación visual^{xiii}. Por su parte Enric Satué desde la mirada iberoamericana ha revisado las apuestas del diseño gráfico en tres vías formales-funcionales: la edición, la publicidad y la identidad^{xiv}. Distanciándose un poco a estas propuestas el reconocido Víctor Margolin evidencia las narrativas que se construyen discursivamente para dar cuenta del diseño y sus problemas, teniendo en cuenta lo imperativo que es en cualquier disciplina la configuración de relatos que se posicionan como "historias" dominantes para su legitimación, a lo que Verónica Devalle llama como "*dispositivos discursivos*"^{xv}. Aún se está en deuda con un abordaje con profundidad que explore las tendencias historiográficas y que permite una mirada al pasado tan necesaria en la dinámica disciplina del diseño gráfico.

La configuración teórica en el contexto colombiano

Curiosamente la composición taxativa del Diseño Gráfico bebió de muchos abrevaderos en la legitimación disciplinar, donde alcanzaron un importante protagonismo los estudios de la comunicación y la semiótica, las humanidades y la cultura, las artes y la arquitectura como mencioné anteriormente^{xvi}. Este "popurrí" se vio acompañado de un aluvión de autores heterogéneos que han cimentado la construcción del campo del diseño en Colombia en las últimas décadas. No obstante estas influencias fueron exógenas y se recibieron principalmente desde perspectivas argentinas, mexicanas, españolas y americanas; parte de esto se debe en gran medida a la traducción de los textos y a las casas editoriales, la mayoría de ellas radicadas en los orígenes anteriormente mencionados. A pesar de esta apropiación foránea, es importante reivindicar propuestas como "la teoría de la dependencia"^{xvii}, y los acercamientos a la identidad cultural, el diseño "precolombino", lo popular y el furor del diseño publicitario principalmente.

De esta forma la adopción de posturas desde estos lugares fue implementándose gradualmente al Diseño Gráfico, donde aún hay una urgente necesidad de la reflexión teórica en el país pese a su amplia masificación y donde la invitación de Gui Bonsiepe es acuciante y aún sigue en la lista de pendientes disciplinares:

"La profesión de los diseñadores difícilmente tendrá un futuro prometedor si en los próximos años no se revisan y actualizan los programas de enseñanza de diseño y a partir de ellos se abre un espacio institucional para la teoría del diseño. Hay dos argumentos para apoyar esta declaración: el primero, toda práctica profesional toma forma a partir de un marco teórico que lo sostiene, incluso en las prácticas que reniegan vehemente de cualquier intervención teórica; el segundo los profesionales que no producen nuevos conocimientos, no tienen futuro en sociedades tecnológicamente dinámicas". (Bonsiepe, 2012, p. 31).

Rápidamente otro factor que se avizora y que se entreteje con la aproximación teórica tiene que ver con la investigación disciplinar que permita la actualización del Diseño Gráfico y sus importantes procesos de innovación, cambios, crisis, rupturas, continuidades y confrontaciones. Bajo esta perspectiva no se puede olvidar que:

"Los principales representantes de la investigación en diseño provenían del campo de las ingenierías y de la arquitectura, especialmente en el mundo anglófono. Por lo tanto, el interés se orientó hacia el desarrollo de métodos racionales de diseño y de

evaluación de obras arquitectónicas y productos, por lo que el diseño gráfico quedó al margen" (Bonsiepe, 2012, p. 220).

El letargo entonces, de la disciplina del Diseño Gráfico queda evidenciada no solo en el contexto local, sino también en el ámbito global y se convierte en uno de los retos que requiere ser tratado con urgencia y madurez, que ha venido teniendo paliativos a través de posgrados en diseño.

Empero, la emergencia de la actualización teórica nos lleva a plantear el entrecruce de elementos como la creatividad, la innovación, la visualidad y la discursividad. Entendemos la **creatividad** como el acto y la capacidad humana que permite la creación y la motivación al cambio que logra principalmente la generación de ideas. La **innovación** se asume como la capitalización de la creatividad, implementación de ideas y un factor constitutivo del diseño. Por su parte la **visualidad** emerge como una categoría consecuente al famoso "giro visual" o giro icónico" planteado por los estudios visuales en su herencia angloamericana y las ciencias de la imagen, en su vertiente alemana que le concede un lugar protagónico y ya no subordinado a las imágenes, desplazándose de la mera representación a un estatus de presencia y forma de conocimiento cercano a los territorios perceptuales y cognitivos. Finalmente la **discursividad** tiene que ver con los elementos retóricos y persuasivos propios de la comunicación. Para Richard Buchanan, "*el diseño es una exploración pluralista de una nueva y expandida forma de retórica, dirigida hacia la concepción y planeación de lo artificial o el mundo hecho por el hombre*" (Buchanan y Margolin, 1995, xvii). Bajo esta perspectiva se establece que el diseño gráfico deambula entre dos ejes uno que regula su dinámica creativa y su poder para innovar, mientras el otro tensiona los dominios de la visualidad y la discursividad.

De la instrumentalidad al pensamiento de diseño: virajes y desvaríos

"Convergencia" podría ser la palabra clave para entender lo que ha pasado en los últimos 50 años con el diseño gráfico en Colombia, con el advenimiento de los diferentes soportes, medios y tendencias en las cuales toman forma los diseños. Los nuevos ecosistemas comunicativos plantean la apertura del concepto comunicación, ampliándolo a "comunicaciones" en plural, lo que le otorga un protagonismo al Diseño Gráfico por su versatilidad y su especialidad en el trabajo retórico con las imágenes. Si bien el "giro visual" o "giro icónico" ha permeado diferentes de los estancos académicos, para el diseño se convierte en una oportunidad de superar su desarrollo operativo y migrar a una posición que permita la consolidación de un andamiaje disciplinar más robusto, que permee la práctica profesional y la "fría" teoría que en algunos casos peca de inservible para la grey de estudiantes de diseño.

En contraste a este auge e infesta de dispositivos tecnológicos que permiten el acceso a legos del diseño, hoy se cuestiona fuertemente la formación académica en diseño gráfico que se imparte en las instituciones educativas, escuelas y universidades, así como tampoco se le ha perdonado su asincronía con la práctica profesional. Si bien Bauhaus y Ulm dejaron un punto de referencia muy alto en las reflexiones teóricas, pedagógicas e investigativas, las escuelas posteriores no han tenido la misma suerte en la formulación de posturas y en la trascendencia de su propuesta.

Así las cosas, para el diseño gráfico colombiano la tecnología ha sido vista como mero instrumento que permite la concreción de una función comunicativa^{xviii}. Este reducido punto de vista no ha permitido superar el quehacer pedagógico en un entorno sociocultural que ha visto la práctica del diseño como oficio técnico.

Corolario(s)

"...La llegada del ordenador abocó a la profesión del diseño gráfico a una situación de incertidumbre y de transitoriedad que estimuló la necesidad, sobre todo en los países anglosajones, de construir un discurso propio" (Campi, 2013, p. 131).

Como perspectiva continua es latente la elaboración de discursos del diseño que intenten ganar independencia de otros campos de conocimiento, estableciendo distancia del estereotipado mutismo que ha acompañado a los diseñadores gráficos y su poca documentación reflexiva, así como el escaso trabajo asociativo y en comunidad hoy castigan la disciplina, llevándola a un precario discurso y una baja reputación frente a otras profesiones.

Por otro lado corrientes foráneas toman aún más protagonismo, donde hay una importación de enfoques y tendencias como el *Design Thinking*^{xix}, *Design Management*, *Service Design*, entre otras, que como vientos de cambio vienen apropiándose al contexto local, en algunos casos como “recetario” y “fórmula” que permiten la resolución de problemas de una organización o proyecto. Esto ha permitido dos patologías, la primera muy optimista por el reconocimiento del diseño en diferentes escenarios y campos de conocimiento. La otra, en una posición más pesimista se niega a reducir el diseño a una serie de prescripciones creativas que sirvan para disciplinas como la administración de empresas, los negocios, el marketing y el trabajo por proyectos.

También las nuevas prácticas y maneras de representar, modelar, texturizar, iluminar, “renderizar” que permiten nuevas herramientas tecnológicas, hoy le dan un giro a la profesión exigiendo cada vez más una constante e incansable actualización disciplinar, llevándolo a un nivel en el cual se requiere superar la denominación “diseño gráfico”, que ha venido dando cabida a la existencia de “otros diseños”, que funcionan como nodos que se adhieren de manera rizomática.

Finalmente, el devenir del diseño gráfico colombiano tiende a reinventarse y a reconfigurarse drásticamente con la emergencia de nuevas especialidades, campos de acción y perfiles. Sin embargo hay retos y desafíos por asumir en el desde varios tópicos como lo son la teoría, la metodología, la pedagogía, la investigación, el emprendimiento-gestión, y la historia. El entramado disciplinar cada vez más, será cercano a las apuestas de la complejidad, lo que Julier (2010) llama una “*red de discursos teóricos*” que cada vez debe atender el problema del diseño gráfico, mediando entre la significación y la cultura visual-material contemporánea.

ⁱ Al ser un concepto polisémico, el diseño se ha comprendido como sustantivo, verbo, adjetivo, factor, valor, etcétera. Sobre esta discusión y sus diferentes acepciones se pueden revisar los conocidos textos de John Heskett (2005), Anna Calvera (2003) e Isabel Campi (2007).

ⁱⁱ La Organización de las Naciones Unidas – ONU fundada en 1945 (año en que finaliza la Segunda Guerra Mundial) con la llegada del nuevo siglo propone los Objetivos de Desarrollo del Milenio entre los cuales se encuentran temas como la sostenibilidad del medio ambiente, el desarrollo mundial, la enseñanza primaria universal y la erradicación de la pobreza primordialmente. También tendrá protagonismo el papel de la mujer dentro de los postulados. En este punto es inevitable establecer algunos vínculos y puntos en común entre estos ítems con las preocupaciones y agendas temáticas del diseño en la última década. Recomiendo consultar el documento: MacDonald, S. (2004). *Temas de diseño en la Europa de hoy*. Madrid: Bureau of European Design Associations - BEDA.

ⁱⁱⁱ Según cifras de la Cámara de Comercio de Bogotá el 65% de la industria de la comunicación gráfica se encuentra concentrada en esta ciudad. Recuperado de: http://www.clustercomunicaciongrafica.com/quienes_somos/cifras_sector.aspx, (Consultado: mayo 1 de 2015).

^{iv} Recordemos que según las cifras que publica el Ministerio de Educación Nacional, Bogotá es la ciudad que más concentra la oferta de programas de diseño gráfico y/o afines.

^v No se puede dejar de mencionar en este sucinto acercamiento histórico del diseño gráfico el papel que jugaron empresas dedicadas a servicios de impresión, como las tipografías y la empresa Carvajal & Cía. Cabe anotar que esto también generó nichos de mercados y una cultura de consumo de impresos en Colombia.

^{vi} Para rastrear con más detalle el desarrollo histórico de esta disciplina y sus imbricaciones con el diseño gráfico recomiendo revisar el texto de: Raventós, J. (1992). *Historia de la publicidad gráfica colombiana*. Bogotá: Ediciones y Eventos.

^{vii} Como bien ha señalado Raquel Pelta (2004) la tecnología se ha establecido como uno de los puntos de reflexión obligatorios en el diseño gráfico.

^{viii} Pese a esto, como ha reconocido la investigadora Juliana Restrepo Jaramillo la generación de nuevos programas de pregrado, posgrado en los niveles de maestría y doctorado en el país ha servido como base para la revisión de las preguntas neurálgicas de la profesión, así como el desarrollo de propuestas que han tenido un impacto considerable en el diseño gráfico. Ver: Restrepo, J. (2008). *La investigación en los programas de diseño gráfico en Colombia*. Iconofacto vol.1 nro.5, Medellín. Recuperado de: http://julianarestrepo.weebly.com/uploads/9/3/2/5/932554/articulo_investigacion_en_diseo_grafico.pdf (Consultado: mayo 1 de 2015).

^{ix} Principalmente sobresalen en Bogotá por su trayectoria y reconocimiento instituciones como la Universidad Nacional de Colombia y la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, en Medellín la Universidad Pontificia Bolivariana.

^x El reconocido Victor Papanek ya establecía una sospecha sobre esta categórica afirmación y otras mitologías del diseño en su conocido texto: Papanek, V. (2001). *Fundamentos del Diseño Gráfico*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.

^{xi} En primer lugar, sigue existiendo una querrela entre la “obra” y el “producto” como conceptos para referirse a los resultados de un proceso de diseño gráfico. Ahora bien la discusión por los factores tecnológicos ha caído en la polaridad del determinismo o el rechazo crítico, donde aún hoy se evidencian los vestigios de las posturas dicotómicas (verbigracia *análogo vs. digital, real vs. virtual, impreso vs. multimedia*, entre los más destacados) lo que hace que la academia cada vez esté cargada de discursos que requieran una actualización frente a los fenómenos que hoy asumen la disciplina del diseño

^{xii} No obstante, otras perspectivas asumen como el tronco común del diseño la “dimensión proyectual” como ya han señalado varios autores, entre ellos Tomás Maldonado, Gui Bonsiepe, Luis Rodríguez Morales e Isabel Campi desde el diseño industrial. Estos debates llegaron tardíamente al campo del diseño en Colombia como veremos más adelante.

^{xiii} Cito a Meggs pues tanto Isabel Campi como Victor Margolin coinciden en sus aportaciones a la historia de la actividad profesional del diseño en los años 80, pese a que hoy ha sido profundamente criticado.

^{xiv} El diseñador español Satué hace referencia a estos tres factores principales, donde señala escenarios de acción en los cuales están: la **edición** que adjudica al diseño con tipos, la **publicidad** al diseño comercial y la **identidad** a la imagen corporativa. Ver: Satué, E. (1990). *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid: Alianza, pp. 11.

^{xv} Recomiendo consultar el capítulo: “Problemas narrativos de la historia del diseño gráfico” de Victor Margolin (2005) y el texto de: Devalle, V. (2009). *La travesía de la forma. Emergencia y consolidación del Diseño Gráfico (1948-1984)*. Buenos Aires: Paidós.

^{xvi} Es interesante como este proceso se da en doble vía, puesto que el diseño gráfico para legitimarse académicamente toma conceptos y categorías en “calidad de préstamo” a diversas disciplinas científicas, estas últimas se han interesado en estudiar el diseño como un fenómeno contemporáneo cada vez más influyente

^{xvii} Según explica Gui Bonsiepe quien ha sido un acompañante a estos procesos, la teoría de la dependencia “*fue desarrollada como una genuina contribución de las ciencias sociales en América Latina en los años sesenta del pasado siglo... Esta contribución teórica surgió en un contexto político e histórico concreto como fue el fin formal del colonialismo, la revolución cubana, el Segundo Concilio del Vaticano con una clara opción por los pobres y la consiguiente aparición de la Teología de la Liberación, el golpe militar 1964 en Brasil, la invasión de la República*

Dominicana por parte de Estados Unidos en 1965 y el golpe militar en Argentina en 1966" (Bonsiepe, 2012, p. 68).

^{xviii} Si bien hay un acervo de autores que ha desarrollado propuestas sugerentes para superar esta visión instrumentalista de uso y desuso para el diseño gráfico, sigue siendo un lugar cómodo mantener una sinonimia inamovible entre técnica y tecnología al servicio del diseñador/usuario.

^{xix} Esta tendencia del "pensamiento de diseño" lo que pretende es reivindicar la creatividad y a modo de metodología brindar la posibilidad de usar el diseño como una herramienta que pueda ser de utilidad en las diferentes actividades humanas.

Bibliografía

- Armstrong, H. (2009). *Graphic Design Theory. Readings from the field*. New York: Princeton Architectural Press.
- Bonsiepe, G. (2012). *Diseño y crisis*. Valencia: Campgràfic.
- Buchanan, R. y Margolin, V. (1995). *Discovering Design. Explorations in design studies*. Chicago: University of Chicago.
- Calvera, A. (2003). *Arte ¿? Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Campi, I. (2007). *La idea y la materia*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Campi, I. (2013). *La historia y las teorías historiográficas del diseño*. México: Designio.
- Devalle, V. (2009). *La travesía de la forma. Emergencia y consolidación del Diseño Gráfico (1948-1984)*. Buenos Aires: Paidós.
- Heskett, J. (2005). *El diseño en la vida cotidiana*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Julier, G. (2010). *La cultura del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.
- MacDonald, S. (2004). *Temas de diseño en la Europa de hoy*. Madrid: Bureau of European Design Associations - BEDA.
- Margolin, V. (2005). *Las políticas de lo artificial. Ensayos y estudios sobre diseño*. México: Designio.
- Meggs, P. (1991). *Historia del diseño gráfico*. México: Trillas.
- Papanek, V. (2001). *Fundamentos del Diseño Gráfico*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Pelta, R. (2004). *Diseñar hoy. Temas contemporáneos de diseño gráfico*. Barcelona: Paidós.
- Restrepo, J. (2008). *La investigación en los programas de diseño gráfico en Colombia*. Iconofacto vol.1 nro.5, Medellín. Recuperado de: http://julianarestrepo.weebly.com/uploads/9/3/2/5/932554/articulo_investigacion_en_diseo_grafico.pdf (Consultado: mayo 1 de 2015).
- Rodríguez, L. (2011). *El diseño antes de la Bauhaus*. México: Designio.
- Satué, E. (1990). *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid: Alianza.