

DOCTORADO EN DISEÑO
TESIS DOCTORAL

CUERPO

B

**Las concepciones del diseño gráfico y su
enseñanza en las universidades mexicanas**

Lo que se dice, lo que se hace y lo que se piensa
1995-2015.

Carlos Ubaldo Mendivil Gastelúm

Director Antonio Rivera

Enseñar disciplinas proyectuales
Programa de Investigación y Desarrollo en el Diseño Latino
30 de noviembre 2020



Facultad de Diseño
y Comunicación

AGRADECIMIENTOS

Índice

Índice de tablas.....	6
Índice de figuras.....	7
Primera parte: Justificación, Metodología y Marco Teórico.....	9
Capítulo 1. Introducción.....	9
1.1 Justificación.....	9
1.2 Antecedentes históricos del Diseño Gráfico en México.....	13
1.3 Estado de la Cuestión.....	20
1.3.1 El diseño gráfico y su enseñanza desde un análisis histórico.....	21
1.3.2 Estudios sobre las concepciones actuales del diseño enfocadas hacia la enseñanza.....	26
1.3.3 Estudios sobre la enseñanza del Diseño gráfico.....	32
1.4 Problema, Hipótesis y Objetivos.....	44
1.5 Periodización y delimitación espacial.....	45
1.6 Marco Teórico.....	47
1.6.1 Precisiones Terminológicas Previas.....	48
1.6.1.1 Conocimiento tácito.....	48
1.6.1.2 Los supuestos básicos subyacentes.....	49
1.6.1.3 Campo y <i>habitus</i>	52
1.6.1.4 Concepciones disciplinares.....	54
1.6.1.5 Diseño.....	55
1.6.1.6 Diseño gráfico.....	56
1.6.1.7 Conocimiento y enseñanza.....	57
1.6.2 Concepciones históricas y contemporáneas del diseño gráfico.....	57
1.6.2.1 Diseño gráfico como arte.....	61
1.6.2.2. El Diseño gráfico informativo y persuasivo dentro de la comunicación.....	68
1.6.2.3 Diseño gráfico vinculado a las problemáticas sociales.....	75
1.6.2.4. Diseño gráfico como oficio.....	89
1.6.2.5 El diseño gráfico dentro de la actividad Interdisciplinar.....	91
1.6.3. La enseñanza del diseño gráfico.....	98
1.6.4. Las prácticas en el taller de diseño gráfico.....	109

1.7 Metodología.....	115
1.7.1. Tipo de investigación.....	115
1.7.2. Principales unidades de análisis (prácticas de enseñanza en las carreras de Diseño Gráfico de México).....	119
1.7.3. Muestra.....	120
1.7.4. Categorías de análisis.....	122
1.7.5. Indicadores o definiciones operacionales.....	122
1.7.6. Consistencia de los Instrumentos propuestos.....	124
Segunda parte: Lo que se dice, lo que se hace y lo que se cree.....	128
Capítulo 2. Lo que se dice.....	128
2.1 Un recorrido por la formación del diseño gráfico en México: el surgimiento de las primeras escuelas y el desarrollo de la profesión.....	128
2.1.1 La gráfica mexicana de finales de los años sesenta: Juegos Olímpicos de 1968.....	130
2.1.2 Los años noventa, las nuevas tecnologías y los gremios del diseño gráfico.....	135
2.1.3 Revistas de diseño.....	137
2.1.4 Identidad y desarrollo de marca.....	139
2.1.5 Las primeras escuelas de diseño en México.....	140
2.2 Los organismos acreditadores dentro de la Educación Superior en México.....	148
2.3 Una mirada hacia el interior de la enseñanza del diseño gráfico en las universidades mexicanas.....	156
2.3.1 Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON).....	157
2.3.2 Universidad Intercontinental (UIC).....	166
2.3.3 Escuela de Diseño del Instituto Nacional de Bellas Artes (EDINBA).....	173
2.3.4 Universidad Iberoamericana (IBERO).....	176
2.3.5 Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL).....	185
2.4 La concepción de la disciplina a través de las universidades mexicanas.....	191

Capítulo 3. Lo que se hace.....	200
Capítulo 4. Lo que se cree.....	229
4.1 El diseño gráfico bajo la concepción del arte.....	237
4.2 El diseño gráfico persuasivo e informativo: el diseño gráfico de la comunicación.....	246
4.3 La concepción del diseño gráfico vinculado a las problemáticas sociales....	248
Conclusiones.....	252
Bibliografía.....	265

Índice de Tablas

No	Nombre	Página
1	Caracterización de las diversas concepciones del diseño gráfico.	125
2	Descripción de las concepciones sobre el diseño gráfico que tienen las instituciones.	126
3	Categorización de los elementos de las diferentes concepciones de diseño gráfico.	126
4	Vincular y analizar diferentes concepciones de diseño gráfico.	127
5	Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior.	153
6	Objetivos de programa y perfil de egreso de cada universidad del estudio.	192

Índice de Figuras

No	Nombre	Página
1	Ubicación geográfica de las instituciones seleccionadas para el estudio.	46
2	Triangulo didáctico disciplinar: formar, aprender, enseñar.	102
3	Triangulo didáctico disciplinar: alumno, contenido, docente.	107
4	Triangulo didáctico disciplinar: alumno (aprender practicando), contenido (investigar), docente (enseñar).	108
5	Logotipo de los Juegos Olímpicos de 1968.	130
6	Aplicación de marca en vestido para la ceremonia de los Juegos Olímpicos México 1964.	131
7	Elementos de iconografía y señalética para los Juegos Olímpicos México 1964.	133
8	Copia del primer folleto impreso de la Licenciatura en Diseño Gráfico (exterior), del Instituto Tecnológico de Sonora.	160
9	Copia del primer folleto impreso de la Licenciatura en Diseño Gráfico (interior), del Instituto Tecnológico de Sonora.	161
10	Modificación de Plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Gráfico de 2009 de ITSON.	164
11	Modificación de Plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Gráfico de 2016 de ITSON.	166
12	Niveles de formación profesional, INBA.	176
13	Plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Gráfico previo a la modificación de 2004, IBERO.	177
14	Modificación de Plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Gráfico de 2004, IBERO.	178
15	Plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Gráfico previo a la modificación de 2012, IBERO.	179
16	Plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la UANL.	190
17	Exposición de proyectos finales: Diseño Ditwel.	204
18	Exposición de proyectos finales: Inclu, diseño estratégico que promueve el diseño inclusivo.	205
19	Exposición de proyectos finales: Darling Tea, línea Premium de té.	205

20	Proyecto final de la materia de identidad visual presentado en Expo Academias ITSON 2017. Down: trabajo realizado por la alumna Victoria Quiñonez.	206
21	Proyecto final de la materia de identidad visual presentado en Expo Academias ITSON 2017. ALAMEDA: trabajo realizado por la alumna Andrea Saucedo.	207
22	Arquitectura de marca.	209
23	Proyecto final de la materia de diseño de marca presentado en Expo Academias ITSON 2018. ITACAL: trabajo realizado por la alumna Denisse Ruiz.	211
24	Proyecto final de la materia de diseño de marca presentado en Expo Academias ITSON 2018. Tantán: trabajo realizado por Jennifer Madero.	212
25	Proyecto final de la materia de diseño de marca presentado en Expo Academias ITSON 2018. Apapacho: trabajo realizado por Denisse Ruiz.	213
26	Proyecto final de la materia de identidad visual de la UANL 2019. Dicat: realizado por la alumna Mayra Arredondo.	219
27	Proyecto final de la materia de identidad visual de la UANL 2019. Fitcat: realizado por la alumna Carolina Maldonado.	219
28	Resultados de la encuesta realizada a profesores: concepción del diseño gráfico con base en la evaluación, consigna y ejercicio para los alumnos.	236
29	Resultados de la encuesta realizada a alumnos: concepción del diseño gráfico con base en la percepción sobre cómo es evaluado en la consigna y ejercicio dentro del taller de diseño.	236
30	Retrato de Lance Wyman.	246

Primera parte: Justificación, Metodología y Marco Teórico

1. Introducción.

1.1 Justificación.

A lo largo de más de 12 años como profesional y como docente dentro del campo académico del diseño gráfico se han desarrollado diversas etapas, en ellas, se ha visto cómo el diseño gráfico se ha modificado con el tiempo, reconociendo además los cambios que han acaecido a causa de modificaciones internas o disciplinares, y externas, debidas a variaciones del mercado o del contexto sociocultural. Ejemplo de ello son los nuevos patrones de consumo, las diferentes demandas sociales, el cuidado del medio ambiente, la exigencia permanente de innovación y creatividad, así como diversos problemas cotidianos a los que el diseñador debe enfrentarse, todos estos aspectos, han interpelado el papel del diseño en esta era contemporánea. Y es que, el diseño gráfico se ha convertido en una herramienta o recurso indispensable, para satisfacer o responder a un número creciente de necesidades que antes no estaban contempladas. De ello resulta que, día con día, tome fuerza el rol del diseño gráfico dentro de la sociedad: no es posible, entonces, concebirlo como la mera elaboración de piezas y objetos visuales, de mayor o menor calidad, sino que debe ser reconocido como un elemento estratégico para la resolución de problemáticas específicas, ligadas a la comunicación, cuestión esencial dentro de la sociedad informacional actual (Castells, 1999).

En virtud de lo anterior, y aunado a los años de experiencia como profesional en el diseño gráfico, hemos sido testigos respecto a cómo los diversos escenarios y situaciones, ponen en crisis la significación tradicional de la disciplina, la que empieza a exigir un número más amplio de miradas. Estas concepciones deben partir desde los significados que le asigna la sociedad al diseño gráfico. Sin embargo, estas significaciones se encuentran dentro de un mundo donde los códigos de comunicación e interpretación son volátiles (Eco, 1986). No obstante, mayormente, las significaciones que la sociedad otorga, se centran en la concepción del diseño gráfico como una actividad enfocada en el dibujo, la ilustración y la generación de piezas visuales que terminan teniendo

valor en sí mismas. Es por ello que sigue siendo deudora de la concepción tradicional de las artes plásticas, e incluso de las llamadas “artes aplicadas”, debido a lo cual fue concebida como una “práctica estética” (Calvera, 2010). Por otra parte, desde una mirada profesional, los productos elaborados parecieran ser solamente una herramienta de apoyo a disciplinas como la mercadotecnia, la publicidad, la comunicación, entre otras, con un sentido claramente funcional, de tal modo que únicamente son evaluados respecto a la satisfacción del objetivo propuesto.

Sin embargo, las Instituciones de Educación Superior (IES), poseen sus propias significaciones que se transmiten a docentes y autoridades, y de las cuales también hacen eco los estudiantes a partir de las prácticas formativas que allí realizan. En este sentido vale recuperar a Berger y Luckman (2001) cuando señalan que:

Las instituciones siempre tienen una historia, de la cual son productos. Es imposible comprender adecuadamente qué es una institución, si no se comprende el proceso histórico en que se produjo. Las instituciones, por el hecho mismo de existir, también controlan el comportamiento humano estableciendo pautas definidas... (p. 74).

En estas instituciones se desarrollan discursos y prácticas. Los primeros apelan a las nociones de estrategia, innovación e interdisciplinariedad, por citar algunas. No obstante, más allá del plano discursivo, las IES aceptan tácitamente diferentes enfoques y definiciones, las cuales son compartidas como supuestos básicos subyacentes por docentes y estudiantes. Recordemos que los supuestos básicos subyacentes son definidos por Gouldner (1973) como conjuntos de ideas o creencias no conscientes, profundamente internalizados que gobiernan nuestras decisiones y acciones.

Dadas las condiciones mencionadas y los diversos escenarios del diseño gráfico en la actualidad, surge el interés por indagar y profundizar el cómo es concebido el diseño gráfico dentro del campo académico; de ello se sigue el cómo se asume su enseñanza. Es decir, qué se entiende por diseño gráfico y cómo se enseña al interior de las universidades.

Desde la perspectiva de Bourdieu (2000), “campo” es una estructura de relaciones donde los agentes (los investigadores, las instituciones y las disciplinas), ocupan una posición determinada en función de sus *habitus* y del capital intelectual del que disponen. Acceder a ese campo implica aceptar una manera peculiar de hacer y pensar. Esta forma de hacer y pensar se impone determinando así un “estilo de pensamiento” que define, en las palabras de Fleck (1986), como un “colectivo de pensamiento”. Para Bourdieu (2000) el campo estaría caracterizado por un *habitus*, que sería esta forma de pensar y actuar que se ha incorporado inconscientemente.

Ahora bien, es importante mencionar que aunado a lo anterior, se suma al rol del docente, el desempeño profesional del diseño gráfico, dentro de un despacho creativo del cual se forma parte como Director. En este despacho es frecuente interactuar directamente con egresados de la carrera de diseño gráfico que son contratados para diversas tareas. Dichos egresados fueron alumnos en los talleres de diseño o actuaron como practicantes o pasantes mediante los programas de becarios.

Esta doble perspectiva, empleador/docente, reafirma el interés y la reflexión sobre la enseñanza del diseño gráfico, para observar cómo se define el *habitus* disciplinar de los futuros graduados, y cómo este es entendido.

Por lo tanto, el presente trabajo tiene como finalidad indagar sobre el vínculo entre la concepción del diseño gráfico y su enseñanza, ya que consideramos como factor clave la necesidad de contar con mayor información respecto a cuáles son los elementos conceptuales y prácticos, que sostienen una determinada concepción del diseño gráfico, en las aulas de clase de las IES.

Recordemos que Corona Martínez (1990) afirma que el camino que debe recorrer el alumno de una disciplina proyectual, no es un trayecto solitario, está acompañado por el ángel de la guarda que es su ayudante, quien le transmitirá no solo sus saberes sino sus prejuicios y falencias convertidos en actitudes creativas. Si entendemos o definimos al diseño gráfico de una u otra forma, es obvio que su aplicación dentro de la enseñanza se deriva de dicho enfoque y es en ese punto donde radica la importancia de contar con una mayor claridad. Ya que no se enseña igual al diseñador gráfico, que se concibe como un generador de artefactos o piezas meramente visuales, enfocado en el hacer sobre la forma, en

contraste con el diseñador centrado en el manejo de estrategias de comunicación, para la interacción con el mercado y la sociedad, con un enfoque basado más en el saber que en el hacer.

Por lo anterior, se hace un énfasis en el interés personal por indagar y profundizar sobre las formas en las cuales se concibe y se aborda el diseño gráfico dentro de algunas de las universidades mexicanas. Es decir, cómo los distintos enfoques sobre el diseño gráfico, se relacionan con su enseñanza específicamente en el taller de diseño. Destacando al taller de diseño como el punto de inflexión, donde el alumno lleva a cabo la concreción de sus competencias, conocimientos y habilidades adquiridas en las diferentes asignaturas de diseño gráfico, mediante la solución de problemas dentro de un determinado proyecto o caso de estudio.

Cabe mencionar que cuando hablamos de distintas concepciones sobre el diseño, podríamos resumirlo de la misma forma que lo hace Quintanilla (1991) respecto a la tecnología, es decir, el enfoque intelectualista y el enfoque artefactual; el saber y el hacer como parte esencial en las diversas concepciones del diseño gráfico. En otras palabras el que hace la pieza visual bajo una concepción meramente artesanal orientada al resultado. Y el que reflexiona sobre un problema de comunicación centrado de la elaboración de un producto. Entendiendo que en este último, la pieza es un medio a través de la cual se puede definir y resolver un problema que va más allá de cumplir con una forma determinada o estéticamente aceptada dentro del campo del diseño gráfico.

Ahora bien, entrando en función de aspectos metodológicos dentro del estudio en cuestión, se considera adecuado indagar inicialmente cómo las distintas concepciones del diseño gráfico, aparecen en la formación de los futuros profesionales de esta disciplina. Para ello nos centraremos en el análisis de los trabajos de los alumnos, dentro de los talleres de diseño gráfico de semestres superiores al sexto (nivel seis de cursada) como parte fundamental del corpus de investigación. Puesto que en dichos semestres las asignaturas a cursar trabajan con simulaciones prácticas que requieren las competencias y contenidos con más apego al escenario profesional.

Es por ello que en dichos talleres, los problemas planteados, requieren la integración de todo lo aprendido en las distintas asignaturas cursadas en los

primeros años de la carrera, para lo cual se le exigirá al estudiante un trabajo de análisis y síntesis de los conocimientos adquiridos.

De modo que, en los últimos semestres se presentan asignaturas como el diseño o gestión de marca, identidad visual, diseño editorial, por citar algunas, donde podemos encontrar a través de la observación y el análisis de los trabajos finales, la aplicación de los criterios con las cuales se desarrollan y se evalúan por parte del docente los proyectos. Estos criterios de evaluación requieren, asimismo, de la explicitación en las consignas de cada ejercitación de ciertas categorías conceptuales que deberemos analizar.

Este análisis comparativo entre lo que se dice en la parte discursiva del diseño y lo que se enseña dentro del taller, mismo que nos permitirá elucidar y reconocer las diferentes concepciones que se tienen desde la enseñanza sobre el diseño gráfico.

1.2 Antecedentes históricos del Diseño Gráfico en México.

Para comprender la dimensión y complejidad de las escuelas y la enseñanza del diseño gráfico en México, es importante situar los primeros escenarios en los cuales se desarrolló la práctica de la disciplina en dicho país. Los primeros dibujantes publicitarios, que son los antecesores de los actuales diseñadores gráficos, de acuerdo con Luz del Carmen Vilchis en su libro *Historia del Diseño Gráfico en México, 1910-2010* (2010), se iniciaron en escuelas como la Academia de San Carlos y la Escuela Nacional de Artes Plásticas (INAP), manteniendo una concepción y enfoque derivado de las artes plásticas. Cartelistas, ilustradores y artistas plásticos llevaban a cabo las funciones y competencias pertinentes a lo que más tarde sería conocido como diseño gráfico. Debido a diversas transformaciones sociales, políticas y culturales del país, no fue sino hasta 1968, que se logra la institucionalización de la primera carrera de diseño gráfico en México en la Universidad Iberoamericana.

Desde entonces y hasta la fecha, las diversas miradas sobre la disciplina que existen en las instituciones y en la sociedad, así como las estrategias de enseñanza y aprendizaje, se han ido modificando por diferentes factores, tanto

político-sociales, como por la eclosión de las nuevas tecnologías y su aplicación en el campo del diseño gráfico.

Ahora bien, cincuenta años después de la aparición del primer programa de diseño gráfico en las universidades mexicanas, la disciplina se encuentra en una etapa de crecimiento y expansión por todo el país. Esto se constata con la aparición de nuevas escuelas y el incremento en la demanda de la misma alrededor de toda la republica.

En el año 2010 se ofrecía el programa en 165 universidades de los 32 estados de la República Mexicana¹. Es evidente que el ejercicio de la enseñanza del diseño gráfico, tanto en México como en otros países se ha transformado con el paso de los años.

Cabe entonces señalar que las instituciones ofrecen programas de formación con distintos enfoques. Estas diferencias pueden deberse, entre otros factores, a los orígenes fundacionales de las Universidades y carreras, y al hecho de que algunas han tenido un vínculo más cercano con las Bellas Artes, otras con la arquitectura moderna enfocada en el funcionalismo, así como otras con un vínculo estrecho con la mercadotecnia y la publicidad. El resultado obvio es que las universidades manifiesten diferencias substanciales en cuanto a su concepción del diseño gráfico, lo que trae como consecuencia la existencia de distintas propuestas de enseñanza y diferentes planes de estudio de la disciplina. Dado que los enfoques al momento de enseñar, como ya se mencionó, varían dependiendo de la manera de entender el diseño gráfico, no se enseña de igual manera, y el resultado que surge de ello es que existen en México graduados en diseño gráfico con perfiles muy distintos.

Hoy en día, la importancia de contar con una explicitación respecto a los principios sobre los que se sustenta la enseñanza del diseño gráfico, dentro de las universidades, radica en enunciar la perspectiva mediante la cual se observa a la disciplina, en primera instancia al interior de las IES, para posteriormente establecer las propuestas de enseñanza en el taller, basadas en cómo se define la disciplina. Sin embargo, estos enfoques no se enuncian claramente, pues permanecen enmascarados en ciertos lugares comunes acordes con las

¹ Consejo Mexicano para la Acreditación de Programas de Diseño (sigla COMAPROD-2013).

exigencias gubernamentales que tienden a homogeneizar los criterios de evaluación educativa.

Tampoco se puede ignorar que, la diferenciación entre los programas de enseñanza, se pueda deber a la propia diferenciación institucional, donde, en un mundo globalizado, las universidades pugnan por captar un mercado de posibles estudiantes apelando a un perfil que las distingue: tradicionales, corporativas, modernas, estatales, privadas son rótulos que se auto colocan. Sin embargo, esta situación da lugar a un fenómeno paradójico: la distinción creciente institucional frente a la homogenización que determina la acreditación educativa.

Por otra parte, volviendo nuevamente a la disciplina, también se encuentran los imaginarios (Castroriadis, 2007) respecto a cómo la gente concibe el diseño gráfico, y en este sentido, podemos encontrar posturas que la encasillan en el dibujo, la elaboración de logotipos, la cartelería o en la expresión artística, entre otros. Cuánto de ficción tienen estos imaginarios implicaría otro estudio que es ajeno a este trabajo, pero vale, entonces señalar que, en películas, propagandas y series, el diseñador gráfico es concebido como un sujeto exitoso, sofisticado muy cercano al mundo de los negocios y a la publicidad; cuánto de este imaginario contamina el ámbito universitario es difícil establecerlo *a priori*. Las mencionadas posturas que sostiene el imaginario común se alejan un tanto de lo que se considera diseño gráfico dentro del marco de la enseñanza en las IES en México, las cuales normalmente sitúan al diseño gráfico en escenarios que van más allá de lo antes mencionado, y lo colocan, generalmente, dentro de lo interdisciplinar como una práctica social en el área de la comunicación.

De modo que, se hace necesario revisar las definiciones y apreciaciones que sobre diseño gráfico poseen las universidades, mediante el análisis de documentos sobre los perfiles de egreso y los objetivos enunciados de los programas educativos. Así también, estudiando los enunciados de cada ejercitación y los desarrollos de trabajos de los alumnos en el taller de diseño, podemos descubrir e identificar las diversas posturas que se han adoptado respecto a las concepciones del diseño gráfico y su enseñanza. A través de la comparación entre las consignas, las prácticas, y las evaluaciones establecidas por el docente para los alumnos, se pretende encontrar estos *supuestos básicos subyacentes* y criterios de lo que el docente pondera para la evaluación, al igual

que las teorías necesarias (o sistema de creencias), que fundamentan el desarrollo del proyecto. De ello se sigue que, dentro del estudio se busca, identificar los conceptos, principios y categorías utilizadas recurrentemente, las teorías aceptadas tácitamente, los modelos de ejercicios típicos desarrollados y los criterios que emplea el docente para evaluar el proyecto, es decir los elementos que se toman en cuenta al momento de la revisión. Todo ello en relación a la congruencia con los objetivos del programa educativo, contrastando lo que se dice con lo que efectivamente se ha llevado a cabo. Puesto que lo que es políticamente correcto cruza en la contemporaneidad todos nuestros discursos (Eco, 2007), en las propias prácticas se puede observar si lo que se dice es tal como se afirma. Por ejemplo, en algunas de las universidades, los proyectos finales van en función de proyectos totalmente comerciales o bajo una necesidad meramente comercial de venta de un producto. En otros casos, a la elaboración de proyectos instalados en causas u organismos para el bienestar de la sociedad sin un fin lucrativo. Otras veces, se opera como si el propósito fuese altruista pero los procedimientos que realizan los alumnos no varían respecto a si hubiera una intención comercial. De todo ello, podemos observar cómo los trabajos realizados por los alumnos reflejan, en cierto modo, en dónde están instaladas las universidades con respecto a la concepción de diseño gráfico.

Debido a que no se cuenta con evidencia contundente de factores que permanezcan constantes en el largo plazo, y dada la aceleración de los cambios respecto a estudios o investigaciones que confirmen si la formación de los alumnos en las universidades, responde a las exigencias del entorno social en el que ejercerán la profesión, las instituciones educativas se enfrentan a una falta de elementos de juicio firmes y certeros con respecto al perfil del egresado, que permita la generación de estrategias de enseñanza, para afrontar los retos a los que se enfrentará el graduado de la carrera en el futuro. Ante esta falta de certeza, las instituciones asumen dos actitudes muy distintas: Hacer lo que hasta ahora se venía haciendo, pues fue eficaz; o tratar de imaginar qué futuro y qué situaciones deberá enfrentar el egresado el día de mañana. Ninguna de las dos respuestas posibles tiene garantizado el éxito.

Como ya se mencionó, el objetivo de esta tesis, por lo tanto, es estudiar y analizar las distintas concepciones del diseño gráfico y la enseñanza dentro del

taller de diseño, en las universidades seleccionadas durante el periodo de 1995 a 2015. Es decir, cómo se define, qué se entiende por diseño gráfico y la influencia que tiene sobre las propuestas de enseñanza en las universidades que ofertan la carrera. Cabe resaltar que, para realizar esta investigación se han seleccionado cinco universidades del país: Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON), Universidad Iberoamericana (IBERO), Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), Universidad Intercontinental (UIC) y la Escuela de Diseño del Instituto Nacional de Bellas Artes (EDINBA), todas ellas ubicadas en zonas geográficas y con escenarios totalmente distintos en lo relativo a su fundación y a su desarrollo en general, las que se constituyen como nuestras unidades de análisis. Las universidades mencionadas, además tuvieron orígenes y desarrollos disímiles. En este sentido, también será objeto de nuestra indagación respecto a si persiste o no una orientación fundacional o si se ha ejecutado alguna *vuelta de timón*.

Por otro lado, los años en los que aparecieron las universidades que forman parte de este estudio, van desde la década de los setenta, hasta los años noventa, marcando así las distintas épocas y perspectivas del diseño gráfico y su diferente relación con la enseñanza. Dicho de otro modo, con el paso de los años, los cambios técnicos, la evolución de la sociedad, el mercado y los patrones de consumo, generaron nuevas necesidades que influyeron en la enseñanza del diseño, siendo un factor clave la relación de cómo se concibe el diseño gráfico y la enseñanza en las universidades seleccionadas. En cuanto al período que abarca el estudio, se tomó como referencia desde el año 1995 al 2015, lapso en el cual la aparición y apertura de la carrera de diseño en las universidades mexicanas, se incrementó considerablemente.

En cuanto al acceso y la búsqueda de información sobre los talleres de diseño en las instituciones previamente seleccionadas, el análisis se enfocó en los directores y docentes que forman parte habitual del proceso de enseñanza, específicamente en personalidades que realizaron cambios y transformaciones considerables en los programas educativos; profesores que desarrollaron los planes de estudio y participaron en algunas de sus modificaciones a través de los años, así como los profesores titulares, responsables de las asignaturas que forman parte del taller de diseño.

De igual manera, se trabajó con la selección de trabajos y proyectos realizados dentro del taller de diseño, los criterios o instrumentos de evaluación utilizados por los docentes, mediante los cuales se puede constatar ciertos aspectos básicos sobre el cómo se concibe al diseño gráfico, dentro de determinada Institución de Educación Superior.

Cabe señalar que la enunciación de los objetivos y perfiles de egreso plasmados en la documentación institucional y los planes de estudio, forman parte del presente trabajo, dada su relevancia al momento de realizar un análisis a profundidad, sobre cómo conciben al diseño gráfico los docentes y personas entrevistadas y su relación con los objetivos institucionales.

Puesto que el trabajo se centra en la relación entre la concepción del diseño gráfico y su enseñanza, parte esencial de la investigación y del marco teórico son los conceptos de diseño gráfico y sus enfoques. Es decir, las teorías del diseño gráfico que implican y afectan las distintas concepciones de cómo es entendido el diseño gráfico y cómo se enseña. De igual forma, los conceptos de Bourdieu (1992) respecto a la noción de *campo* y *habitus*, nos permitirán entender de una manera más clara, la concepción del diseño gráfico y la enseñanza del diseño. El concepto de *habitus* lo utilizaremos para entender la estructura del quehacer del diseñador, cómo actúa, cómo piensa, y cuál entiende que es su relación con el entorno y la sociedad. De igual manera, por *campo* nos referimos a las prácticas dentro de un espacio determinado. En este caso el diseño gráfico y su enseñanza. También se emplearán los conceptos de “objetivación” y “construcción de la realidad” de Berger y Luckmann (2001), para reforzar mejor la explicación de cuando nos referimos al término *concepción*, cuestiones que serán detalladas en el Marco Teórico.

Ahora bien, en cuanto al tema de la metodología es importante mencionar que del trabajo en cuestión, resulta una investigación cualitativa y de igual forma es una investigación correlacional, ya que se centra en la correlación de los elementos antes mencionados; las distintas concepciones del diseño gráfico, la enseñanza del diseño gráfico y las prácticas en el taller de diseño gráfico mediante el estudio de las consignas de ejercicios, entrevistas, encuestas.

Cabe señalar que la formación del corpus de investigación está conformada por el análisis de los trabajos de los alumnos dentro de los talleres de

diseño gráfico, de semestres superiores al sexto o nivel seis de cursada como parte fundamental, la enunciación en su documentación institucional, plan de estudios y página web, así como las entrevistas con los docentes, directores involucrados en el desarrollo de la carrera y programas de clase de las cinco universidades previamente seleccionadas.

Misma que se plasma en los capítulos posteriores, en el apartado referente a la metodología dentro de la investigación.

La enseñanza del diseño gráfico en México, busca tanto mejorar sus prácticas actuales así como alcanzar una formación más sólida de sus egresados, respecto a las exigencias de la sociedad y el mercado en el que se desarrollan. Por ello la gran relevancia de los procesos de formación en las IES, los que deben partir de una clara definición de lo que es el diseño gráfico, para el óptimo funcionamiento de su enseñanza y la oportunidad de estrategias didácticas adecuadas dentro de las universidades. La relación entre la concepción del diseño gráfico y su enseñanza, deben estar en perfecta armonía para el desarrollo de las competencias, conocimiento y habilidades de los futuros egresados. De ello resulta la importancia de que los programas académicos, cuenten con una correcta relación entre sus propósitos, los contenidos y las actividades de enseñanza-aprendizaje, en el sentido de que haya una consistencia general entre todos ellos, pero sobre todo, en función de un cierto consenso de cómo es concebida la disciplina por la universidad y sus docentes. Es por todo esto que se considera oportuna esta investigación.

Dicho de otro modo, el presente estudio no pretende señalar errores o inconsistencias dentro de los programas académicos de diseño gráfico, en las distintas universidades seleccionadas; la finalidad se centra en el estudio de la relación entre lo que se concibe como diseño gráfico y su enseñanza dentro de las universidades, con el objetivo de expandir los enfoques de la enseñanza sobre el quehacer actual del diseñador gráfico.

De ello se sigue que el presente estudio abra nuevas líneas de investigación, acerca de los escenarios de la enseñanza del diseño gráfico respecto a la interrogante inicial, sobre una mayor claridad respecto a las concepciones del diseño gráfico y los diferentes métodos de enseñanza o en su debido caso; ¿Cuál sería la forma óptima de la enseñanza del diseño gráfico?,

Esto a partir de encontrar una mayor claridad respecto al quehacer y el rol profesional del diseñador gráfico de hoy en día.

1.3 Estado de la Cuestión.

Hablar de la enseñanza del diseño gráfico y los diversos escenarios en las IES, supone hablar de diversas perspectivas, enfoques y significados que se le dan al diseño gráfico por parte de los actores involucrados en su enseñanza y aprendizaje.

Autores como Ledesma (1997); (2018), Mazzeo y Romano (2007); (2014), Frascara (2004); (2018), Pelta (2004), Margolín (2008), Devalle (2009), Rivera (2016); (2018), Tiburcio (2015), Schön (1998)², entre otros, han profundizado en investigaciones sobre el diseño gráfico y su enseñanza. Sus escritos han colaborado de manera notable con respecto a la definición de los diversos enfoques que se tiene sobre el diseño gráfico y su enseñanza, en algunos casos vistos desde el interior de las universidades, en algunos otros desde la relación con el mercado y la sociedad en general. Dentro de dichas investigaciones se exponen las diferentes perspectivas, marcos conceptuales y escenarios didácticos que se llevan a cabo dentro de los talleres de diseño de distintas universidades. De igual forma, algunos de los trabajos de los autores antes mencionados, dan una visión más amplia y diversa sobre cómo las IES abordan la concepción del diseño gráfico.

Para abordar el Estado de la cuestión sobre la temática expuesta *el diseño gráfico y su enseñanza*, se realizará un recorrido bibliográfico marcado por tres ejes principales: el recorrido histórico del diseño que da cuenta de esta relación, las definiciones que se proponen desde la propia disciplina que incluye tangencialmente la enseñanza, y la enseñanza del diseño que también hace foco en diferentes concepciones disciplinares.

² Aunque su trabajo no se refiere explícitamente al diseño gráfico, sus reflexiones sobre el taller proyectual se puede extrapolar sin dificultad.

1.3.1 El diseño gráfico y su enseñanza desde un análisis histórico.

Considerando el origen de la disciplina, Meggs (2009) realiza un exhaustivo recorrido que se inicia con la escritura, los caracteres y la gráfica oriental, los manuscritos iluminados por los monjes medievales, pasando por el taller del tipógrafo renacentista, hasta arribar a la Revolución Industrial y sus consecuencias sobre la comunicación visual. Posteriormente da cuenta de las innovaciones técnicas (fotografía, linografía, entre otras), que impactaron la producción editorial. No obstante, es de interés destacar como Meggs (2009) encuentra tres orígenes en la evolución del diseño gráfico, que continúan en la actualidad. El primero, iniciado por el movimiento de renovación de artes y oficios (*Arts and Crafts*) y continuado por el *Art Nouveau*, que se termina por consolidar con la aparición de la Bauhaus donde se establece un vínculo profundo entre el arte de vanguardia y el diseño gráfico. El segundo, centrado en los Estados Unidos que reinterpretó el aporte de exiliados europeos, orientándolo a la publicidad y a la comunicación. Y un tercero, resultante de los aportes de la Escuela de Ulm, que buscó un enfoque científico y metodológico para resolver los problemas de diseño. En este sentido fueron importantes los aportes de la Semiótica, la Psicología de la percepción y la Retórica.

Hollis (2000) identifica también tres tendencias en el origen del diseño gráfico, haciendo hincapié en el peso de la propaganda política, en el desarrollo de la disciplina. La que se inicia con la aparición del cartel en el auge del *Art Nouveau* y se perfecciona con la Bauhaus y las vanguardias artísticas de la década de los veinte, cuyos recursos se utilizaron como herramienta política en el período entre las dos guerras mundiales; la tendencia originada en los directores de arte de las agencias publicitarias norteamericanas y la búsqueda de identidad corporativa, que impulsó a muchas empresas a tener su propio departamento de diseño gráfico; y las producidas por diferentes países europeos en pos de una diferenciación nacional.

Frascara (1996) en su libro *Diseño Gráfico y comunicación* también realiza un rápido recorrido histórico, focalizado en la evolución de la tipografía, desde los inicios de la escritura hasta la simplicidad y funcionalismo de los años 50. En este

texto da cuenta de las tensiones que existen entre el *aspecto estético del diseño* y los requerimientos de la comunicación visual.

Del mismo modo, el diseñador industrial Burdek (1994), en su trabajo *Historia, teoría y práctica del diseño industrial*, comenta como en los últimos años, el tema del diseño ha generado bastante interés dentro de la sociedad. Es obvio que el presente estudio, se centra en el diseño gráfico y no en el diseño industrial, sin embargo dadas las similitudes y condiciones dadas para el desarrollo del diseño industrial como una disciplina proyectual, se considera relevante el estudio de ciertas teorías y autores del diseño industrial.

En ese sentido el trabajo de Burdek (1994) expone la complejidad del diseño en relación a su concepción o significado mismo, aludiendo al gran abanico de referencias del diseño, desmembrándolo en 4 bloques:

- un breve repaso a la historia del diseño desde sus inicios hasta la actualidad, que al igual que Meggs (2009), destaca la renovación realizada por el movimiento *Arts and Crafts*, y los aportes de la Bauhaus y de la Escuela de Ulm.
- un panorama internacional, para mostrar qué ideas, pensamientos, o tendencias se perfilan en cada lugar.
- una consideración más detallada y hasta hoy ausente del desarrollo de la teoría y de la metodología del diseño.
- una visión de las transiciones, nuevas tendencias y perspectivas para los años noventa.

Su trabajo expone causas como los escenarios de la época y el lugar, que se complementan para convertirse en un factor clave para un mejor entendimiento de la disciplina en función a la historia. Centrándose, a su vez, en las categorizaciones del diseño a través de su funcionalidad, cuya finalidad radica en la generación de un puente, desde la historia del diseño hasta la actividad de los tiempos actuales de la disciplina. Cabe mencionar que se habla de los años noventa, cuando Burdek publicó su trabajo.

En relación a la presente investigación, el trabajo de Burdek (1994) nos aporta una reflexión sobre la utilidad del análisis histórico del diseño gráfico, para entender lo que sucede en la actualidad. Se puede entonces analizar, de este modo, la evolución del trabajo del diseñador desde el hacer centrado en el *hardware*, a lo que hoy en día sucede, más centrado en el *software*, generando así una investigación del proceso histórico de la actividad realizada ya sea por el diseñador gráfico o industrial.

Desde una perspectiva centrada en los medios de comunicación, Briggs y Burke (2002), describen los cambios provocados, por la aparición de la imprenta y la consolidación de la cultura escrita, que daría inicio a un conjunto de innumerables productos.

Fernández y Bonsiepe (2008), son los editores de una *Historia del diseño en América Latina y el Caribe*, texto dedicado a trazar la historia del diseño industrial, en algunos países latinoamericanos. En este libro, en la sección dedicada a México, Álvarez y Comisarenco (2008) afirman que:

La influencia del Bauhaus, experimentada en México a través de las visitas de Joseph Albers, las actividades desarrolladas en el país por Hannes Meyer y, principalmente, por el estímulo al diseño llevado a cabo por Clara Porset a través de exposiciones, conferencias y su obra personal, reforzaron el interés de los diseñadores de la época, animados por un fuerte compromiso de servicio social, para optimizar los procesos productivos y alcanzar así el nivel de producción masivo anhelado. La influencia del Bauhaus también se dejó sentir en la adopción creciente del vocabulario formal de carácter abstracto y formas geométricas simples, tomado por muchos diseñadores de forma predominante, o combinada, en distintas dosis, con las tradiciones regionales y el estilo personal de cada diseñador.

La fundación del Taller de Artesanos en la Ciudadela, conocido como *Bauhaus mexicana*, la publicación de la revista *Espacios* editada por Guillermo Rossell de la Lama y Lorenzo Carrasco; y la muestra *El arte en la vida diaria*. Exposición de objetos de buen diseño hechos en México, en el Palacio de Bellas Artes, revelan el éxito alcanzado por el diseño mexicano de la época.

Cossio (2005) da cuenta en la *Historia del diseño gráfico en México*, del impacto que tuvo en esta disciplina el aparato publicitario de los Juegos Olímpicos llevados a cabo en ese país, y describe la casi inmediata fundación de la primera carrera en la Universidad Iberoamérica con una sola alumna, destacando que al

año siguiente ya había 25 estudiantes, pues había aparecido un clima cultural propicio para el diseño gráfico. Para esta autora *“Los primeros programas de estudio estaban influidos por visiones extranjeras, sobre todo provenientes de Alemania”*, puesto que uno de los primeros profesores, Omar Arroyo, había estudiado en Chicago y Ulm. Los ejercicios que se hacían eran de *“abstracción pura del punto y de la línea, deslindándose de las riquezas y expresiones artísticas propias de México”* (p. 36). Este sistema, que replicaba críticamente, los mismos ejercicios desarrollados inicialmente por la Ulm, continuó sin alteración alguna hasta la década de los noventa.

Devalle (2009) expone, al igual que muchos de los trabajos realizados acerca de la historia del diseño, hasta la primera década del siglo XXI, cómo el enfoque inicial se orientaba primordialmente en la producción. De ello se sigue que esta concepción del diseño por parte de la sociedad y las instituciones mismas, perdure y se centre en el hacer, es decir, en la parte artefactual, por encima de una posible relación con el saber, dejándose de lado o minimizándose la reflexión sobre aspectos más intelectuales. Es por este abordaje el interés de la presente investigación y la relevancia que toma el estudio sobre la relación entre las concepciones del diseño gráfico y su enseñanza cobren fuerza para nosotros.

Se considera de suma importancia el aporte de Devalle (2009), en su trabajo, *La travesía de la forma. Emergencia y consolidación del Diseño*, el cual plantea el recorrido histórico del desarrollo de la disciplina en Argentina, puesto que dicho recorrido podría, de algún modo, presentar contactos con lo sucedido en la mayoría de países latinoamericanos como México. También el mismo autor considera, por otro lado, que el diseño se encuentra en una revisión permanente teniendo en cuenta los contextos donde se desarrolla y las necesidades del sistema productivo donde se inserta.

Maldonado (2004) hace énfasis en cómo no fue sino hasta entrado el siglo veintiuno, que se abrió una grieta respecto a lo que se hacía durante el pasado, en el cual, el conocimiento producido para diseño se centraba en historias locales y sin una responsabilidad ambiental ni social.

Por su parte Bernatene (2015) en el libro *La historia del diseño industrial reconsiderada*, realiza una recopilación de investigaciones y debates en torno a la enseñanza de la historia del diseño industrial, dentro de la carrera en la Facultad

de Bellas Artes, en la Universidad Nacional de la Plata. Si bien es verdad que el trabajo de Bernatene (2015) aborda una perspectiva sobre el diseño industrial y no del diseño gráfico, se pueden tomar en cuenta muchos aspectos con una estrecha similitud con el caso de la historia del diseño gráfico. Tales como las rupturas dentro de la concepción social del diseño, las nuevas prácticas disciplinares, y todo lo referente a lo discursivo respecto a lo que el diseño se refiere.

Según Bernatene (2015, p. 10)

El diseño industrial como práctica disciplinar, se inscribe claramente en el pensamiento positivista, desde el momento en que este pretende que los procesos que regulan la creatividad artística sean formalmente homólogos a los mecanismos de la operatividad técnica; en otros términos que el mundo del arte y el universo de la técnica, la tecnología y la ciencia no sean antagónicos, sino que, en virtud de sus fundamentos funcionales y estructurales, sean reconocidos como dos manifestaciones de una misma racionalidad: la científico técnica (como se cita a Marchán Fiz, 1996).

Sin embargo, autores como Campi en su libro *La historia y las teorías historiográficas del diseño* (2013), ubica el inicio de la historia propiamente dicha del diseño gráfico, como actividad profesional en los años ochenta, a diferencia del diseño industrial que inicia en los años treinta, con el énfasis en la mecanización, industrialización y la modernidad.

Campi (2013) hace hincapié en cómo en los diferentes relatos y narraciones acerca de los inicios del diseño gráfico, se suele omitir la relación de esta doctrina con la publicidad debido a que los historiadores del diseño gráfico suelen pensar, que esta disciplina es una forma de comunicación fuera de los sistemas del consumo y la mercadotecnia, lo que trajo como consecuencia una falta de claridad en su concepción. Por lo anterior, continúa la discusión sobre si la enseñanza del diseño gráfico en las IES mexicanas se sigue desarrollando bajo las mismas concepciones que se dieron en las primeras escuelas de diseño gráfico en el país.

Del mismo modo Calvera (2010), en su trabajo *Cuestiones a fondo: la hipótesis de los tres orígenes del diseño*, expone el abordaje que se le puede dar a los orígenes del diseño partiendo de tres inicios distintos: el primero, desde una

perspectiva industrial, situándolo como complemento de la función y en la planificación de los procesos de las fábricas. El segundo, bajo el enfoque o una concepción guiada por la práctica artística y la estética, presentándose como un rol definido dentro de la sociedad y los movimientos de la cultura. El tercero concebido como una profesión formal y organizada. Importante resaltar que cada uno de dichos conceptos se presenta con mayor profundidad en el marco teórico del presente trabajo.

Dado que las concepciones de la disciplina en sus primeros años se enfocaban desde una perspectiva artística, habría que reflexionar sobre si la enseñanza en las escuelas de diseño, se encuentra respondiendo a las presentes exigencias sociales o si persisten prácticas y enfoques ya superados. De igual manera, esta autora hace énfasis sobre el peligro de no saber dimensionar el cambio en el quehacer del diseñador actual, pues cabe la posibilidad de seguir preparando a los estudiantes para una sociedad y unas exigencias laborales inexistentes, siguiendo las propuestas de enseñanza elaboradas para el diseñador de hace más de veinte años.

1.3.2 Estudios sobre las concepciones actuales del diseño enfocadas hacia la enseñanza.

Ledesma (2018) da cuenta de los inicios de la enseñanza formal de diseño gráfico en Argentina, como un campo en conflicto donde “los diseñadores ‘idóneos’, alejados de la Academia rechazaban a los profesionales llegados de otros campos quienes, a su vez, proponían las lógicas en las que estaban formados” (p. 153). Tampoco quedaba claro en ese entonces qué entendían unos y otros por diseño, ya que los argumentos que se expresaban para definir al diseño como arte eran tan sólidos, como aquellos que lo situaban como comunicación. Ledesma (1997) en otro de sus escritos destaca la misma complejidad del diseño gráfico y *la provisionalidad de sus límites*.

Frascara (2018) plantea como muchas de las escuelas actualmente siguen planteando el esquema simplista del *diseñador artista* de la primera parte del Siglo XX. En virtud de lo anterior, dentro de su investigación pretende exponer los diversos aspectos que la didáctica del diseño debería de considerar al momento

de su aplicación, dentro de las instituciones para modificar esa mirada. Según él, existen nuevos elementos que deberán reformularse para complementar la formación de los futuros graduados, puesto que el diseñador deberá anticiparse a las nuevas necesidades que irán surgiendo en campos aún no del todo enunciados.

Cómo parte de los principales puntos de su investigación se encuentra el cómo la enseñanza del diseño, debe centrarse mayormente en el usuario y no solo en la elaboración de un objeto o pieza a diseñar despegada de cualquier contexto. Sin embargo, antes de anticiparse con respecto a la enseñanza del diseño enfocada en el usuario comenta:

...para centrar el diseño en el usuario hacen falta motivación y conocimiento; en otras palabras, hace falta tener ganas de hacerlo bien. La motivación puede ser desarrollada mediante la educación, el conocimiento mediante la instrucción (Frascara, 2018, p. 9).

De igual forma expone cómo el conocimiento sobre la gente, los grupos y la sociedad en sí, son aspectos a desarrollar dentro de la enseñanza del diseño. Y si bien es cierto que dichas cuestiones son tomadas en cuenta en la enseñanza del diseño gráfico, el autor considera que debe profundizarse más dentro de la enseñanza en aspectos con los cuales se relaciona el objeto o la pieza diseñada, como la interacción social y la experiencia del usuario sobre el diseño realizado. Si consideramos que un objeto de diseño es un objeto artificial (Simon, 1996), entonces es necesario reflexionar sobre su intencionalidad o motivo. Y en esa motivación se encuentra el usuario.

Tanto Frascara como Simon hacen hincapié en la toma de decisiones:

El diseñador da forma visual a las comunicaciones. Este no es un acto simple, donde las opciones posibles pueden alinearse de la mejor a la peor. Los procesos de decisión en el diseño de comunicación visual se caracterizan por implicar muchas variables, y la información disponible acerca de ellas es siempre incompleta (Frascara, 2004, p. 33).

Y en un sentido semejante Simon (1996) habla de *racionalidad limitada* puesto que no es posible contar con toda la información necesaria para decidir correctamente, aunque no se debe abandonar la idea de la búsqueda de la mayor información posible.

Para Frascara (2004) el diseñador debe ser un intérprete de las necesidades sociales, es decir, un identificador de problemas, un solucionador de problemas y un coordinador de equipos interdisciplinarios. Es por ello que, según Frascara (2004, p. 25) debe contar con “programa educacional ambicioso”, el cual debe “*basarse en una introducción a los campos pertinentes que permitan al diseñador entrar en un diálogo productivo con una variedad de especialistas*”.

Por otra parte, Frascara (2004), recupera la enseñanza del Bauhaus, al decir que “se debe sumar a la “educación tradicional en diseño” el estudio de las ciencias sociales, pues en aquella institución el maestro de la forma (artista) era acompañado por un maestro de la técnica (artesano), ya que el nuevo profesional “*debía sintetizar la formación visual y los conocimientos de producción*” (p. 27).

En resumen, Frascara (2004; 2018) aporta diversos criterios y reflexiona sobre lo que la enseñanza del diseño debe hacer para ponerse a tono con las prácticas profesionales, en un contexto donde deberá dialogar con múltiples disciplinas. Para ello es fundamental la investigación, el conocimiento del usuario las simulaciones que se asemejen a prácticas reales profesionales en las aulas de clase y la idea de extenderse más respecto al esquema que se sigue utilizando en muchas escuelas de diseño, el diseñador/artista. Y menciona, apoyando el enfoque funcionalista del diseño que “El objetivo final que propongo para la educación en diseño es transformar al diseño en una actividad eficiente, eficaz, rigurosa, responsable, útil y necesaria para todos” (Frascara, 2018, p. 123).

No lejos de Frascara se encuentra Norman (2005) quien introduce por un lado, la expresión *experiencia de usuario* en lugar del término *usabilidad* para dar cuenta de todos los aspectos que interfieren en el uso de un producto. Y también expone lo que dio en llamar *Diseño Emocional* el que se manifiesta en tres niveles: visceral, conductual y reflexivo.

De manera similar, Rodríguez Morales en su libro *De los métodos proyectuales al pensamiento de diseño* (2015), hace referencia a cómo la concepción del diseño a principios del siglo XXI, tendría que adaptarse al entorno de las necesidades sociales de hoy en día y no estancarse en la elaboración de productos gráficos. Para llegar a estas conclusiones, este mismo autor hace un recorrido histórico, reconociendo aquellos factores tanto internos como externos que modificaron la concepción del diseño.

Con respecto a los primeros, señala que la crisis del Movimiento Moderno (y del Positivismo en general) puso en cuestión la primigenia idea de *uso*, lo cual determinó que se derivara a nociones como *función comunicativa*, *función estética*, *utilidad*, *eficacia comercial*, *eficiencia tecnológica*, y otros, de manera que no quedó claro en qué consistiría *optimizar la función*. En este contexto, los métodos racionales que querían actuar prácticamente como instrucciones secuenciadas para resolver problemas, también fueron cuestionados, ya que la dificultad se empezó a encontrar en la propia naturaleza compleja de los problemas y es por eso que Rittel empezó a hablar de problemas perversos (Margolin, 2008, p. 111). Y por último el papel y la identidad de los propios diseñadores empezó a cuestionarse, en el sentido de juzgar su propia capacidad de tomar decisiones en las empresas.

En tanto a los factores externos que interpelan al diseño aparece la cuestión ambiental, la globalización, la presión mercantil que exige soluciones rápidas y económicas en desmedro, muchas veces de la calidad y eficiencia, la presencia de identidades minoritarias y, por último, la presencia de las tecnologías de la información y comunicación.

De igual forma, Manzini (2015) en su libro *Cuando todos diseñan*, expone la importancia del diseño en la innovación social y cómo en un mundo donde todos diseñan y todo puede ser diseñado, los nuevos patrones socioculturales y de consumo generan una relación directa entre la innovación social y el diseño.

Manzini (2015) define las competencias que debe tener un diseñador al caracterizar *el modo característico del diseño*: El sentido crítico (la capacidad de ver el estado cosas y cuestionarlo), la creatividad (la capacidad de imaginar algo que aún no existe) y el sentido práctico (la capacidad de reconocer los procedimientos viables para que algo suceda). *“La capacidad de las tres permite*

imaginar algo que no existe pero que sería posible si llevaran a cabo las acciones pertinentes” (p. 40).

Es también interesante que Manzini (2015) recuperando a Simon, señala que “el diseño se ocupa de dar sentido a las cosas, de cómo deben ser para crear entidades significativas”. Es por ello que sostiene que el diseño “colabora activa y proactivamente en la creación social de significado” (p. 45).

Ezio Manzini fundó una de las redes de innovación social más importantes del mundo para el diseño y la sostenibilidad (DESIS), planteando el diseño desde dos perspectivas, el diseño difuso y el diseño experto, mediante las cuales se puede generar un cambio social significativo. Las dos perspectivas trabajan para generar un desarrollo y progreso en la sociedad. El diseño difuso es llevado a cabo por inexpertos que emplean su capacidad natural para el diseño, mientras que el diseño experto es desarrollado por personas “*formadas para actuar como tales de manera competente y se proponen a sí mismos como profesionales*” (Manzini, 2015, p. 47).

Costa (2001), por otra parte, destaca en *Diseñar para los ojos* el carácter *bimedia* del Diseño gráfico donde se articula la imagen y el texto, siendo importante para este autor los estudios sobre una Semiótica gráfica, puesto que:

Pero el hecho de que las comunicaciones transportan significados no implica que éstos sean materia exclusiva de comunicación, entendiendo la comunicación gráfica en su propio sentido *funcional*, no poético o artístico. Lo cierto y comprobable es que, fuera de lo que nos es comunicado, encontramos también significados. *Así que no todo comunica, pero sí todo significa* (p. 52).

Es importante mencionar también el aporte de Octavio Mercado, profesor de la Universidad Autónoma Metropolitana, en su artículo *La revolución tecnológica y la reformulación en la conceptualización del diseño* (2016) donde trata cómo las tecnologías digitales y su impacto en los últimos veinticinco años han ocasionado un cambio en la elaboración de productos. Debido a ello, se generó una modificación en la concepción del diseño gráfico y su rol en la sociedad. Mercado plantea los siguientes cuestionamientos: que podríamos hacer propios: “*¿estamos formando a los diseñadores del 2020 o seguimos preparando diseñadores bajo los esquemas de 1990 o 1980? ¿Estamos realmente formando*

a los diseñadores del futuro o nos hemos anquilosado en nuestro propio pasado?”
(Mercado, 2016, p. 71).

La evolución e implementación de la tecnología en los procesos de producción y de diseño ha provocado un cambio en la razón de ser de la disciplina.

Sánchez (2016) en su artículo *En búsqueda del paradigma perdido*, sustentándose en el aporte de teóricos como Donald Norman, María Ledesma o Ezio Manzini, no elude asumir la versatilidad que el diseño actual propone, al no limitarse a construir definiciones reduccionistas. Por un lado, afirma que según Norman las escuelas tradicionales forman artesanos exquisitos que dan lugar a *exquisitos productos*. Y por, el otro se apela, según Ledesma, a la *cientificidad del discurso* para otorgarle rigor a la disciplina. No obstante las orientaciones crecen:

...advanced design, data visualization, design thinking, diseño conceptual, diseño de experiencia (o UX design), diseño de procesos, diseño de servicios, diseño emergente, diseño estratégico, diseño para la innovación social, diseño participativo, diseño social, diseño sustentable, diseño universal, diseño web e infografía (p.10).

A las que pueden sumarse el internet de las cosas y el co-diseño. Leandro Dalle (2020) suma otras orientaciones que surgen tanto de la práctica profesional como del ámbito académico:

*...como son el diseño editorial y tipográfico, la ilustración, el *mothion graphics*, el diseño de interfaces digitales, el diseño de sistemas de indicadores de identidad, el diseño arquigráfico, el diseño inclusivo (Senar, 2011), diseño para el desarrollo (Galán, 2011) (Dalle, 2017), sólo por mencionar algunos (p. 110).*

Como afirma el propio Dalle (2020) estos subcampos tienen diferentes formas de actuación profesional, distintos modos de enseñanza y aprendizaje, y, asimismo, disímiles formas de validación.

En estas extensas enumeraciones encontramos que las diferencias pueden deberse al naturaleza del producto obtenido, al medio, a la finalidad o función, o al proceso mismo de elaboración.

1.3.3 Estudios sobre la enseñanza del Diseño gráfico.

Belluccia (2007) en su libro *El diseño gráfico y su enseñanza*, reflexiona sobre el rol del diseñador y el papel de la teoría en la enseñanza y afirma que “Resulta adecuado que un estudiante de diseño gráfico incorpore contenidos provenientes de disciplinas teóricas vinculadas con el análisis de los mensajes “en el seno de la vida social”.

Pero los contenidos teóricos no son capaces de desarrollar en el estudiante la habilidad de dar forma eficaz a un mensaje que alguien desea hacer llegar a una audiencia determinada.

En este sentido, Belluccia (2007) considera que el saber teórico es necesario pero no suficiente para hacer un diseñador, puesto que el diseño, es para este autor, más que nada, una capacidad de resolver problemas.

Dentro de las investigaciones referentes al tema de la enseñanza y el aprendizaje del diseño gráfico, gran parte de los estudios e investigaciones por los autores antes mencionados, se centran principalmente en los diferentes enfoques sobre las concepciones disciplinares del diseño gráfico en las instituciones educativas y en sus docentes. Por consiguiente, hablar sobre el trabajo y los aportes de Mazzeo dentro de la investigación sobre enseñanza del diseño gráfico es fundamental. En primera instancia su libro *¿Qué dice el diseño, de la enseñanza del diseño?* (2014) menciona cómo las principales diferencias en la enseñanza del diseño gráfico se encuentran en las distintas concepciones de la disciplina misma, e identifica dos principales. La primera como una práctica relacionada a la planificación de piezas de diseño y la segunda que define a la disciplina como un saber vinculado a la comunicación e imagen y agrega lo siguiente:

La principal diferencia en las concepciones de la enseñanza de Diseño Gráfico la he encontrado en las concepciones de la disciplina misma, ya que no se enseña de igual forma una práctica que un saber disciplinar. Los enfoques al momento de enseñar una forma práctica a un saber disciplinar son distintos (Mazzeo, 2014, p. 276).

La formación de un diseñador no es lineal, es decir, no parte de un solo proceso, ni se desarrolla simplemente bajo una metodología, fórmula o ecuación; por el contrario, la formación académica de un diseñador comprende aspectos estrechamente ligados a su entorno, sus habilidades, creatividad, capacidad para observar, investigar, comparar el mismo diseño en todos sus niveles, local, nacional e internacional.

Otro de sus trabajos como parte del estado del arte primordial en la presente investigación es el libro *Diseño y sistema: bajo la punta del iceberg* (2017), en el cual sitúa al diseño como un campo muy complejo, en el cual, la proyectualidad y la comunicación se encuentran los ejes fundamentales de su hacer.

La importancia de los aportes de Mazzeo en el presente estudio radican en su tarea iniciática que sirve como modelo para la nuestra, ya que realiza un recorrido mediante el cual analiza los conceptos tanto de diseño como de sistemas, los que van de la mano de las prácticas del diseño gráfico desde sus orígenes.

Señala entonces: *“El diseño, en todas sus ramas se instala en la vida cotidiana y probablemente allí radique la renuencia a considerárselo un arte”* (Mazzeo, 2017, p.22)

Relacionando lo anterior con la percepción de Mazzeo sobre la enseñanza del diseño, puede pensarse que la concepción sobre el diseño gráfico que tenga una institución y todos los involucrados, como docentes, estudiantes, egresados y medio laboral, será determinada por el entorno, la retroalimentación que los estudiantes reciban y, por supuesto, con la formación y experiencia de quienes enseñan y proporcionan esa misma retroalimentación, los docentes.

Bennett (2010) en su ensayo *Enseñanza y estándares de diseño en una era de conciencia social* discute sobre si el diseño, que los estudiantes de hoy en día generan, es en realidad un buen producto. Asimismo realiza comparaciones a través de las cuales destaca que el diseño actual debe estar enfocado en el usuario y en su interacción con el ambiente que lo rodea. Al igual que autores como Frascara, (2004; 2018) su concepción del diseño se centra en elementos que van más allá del objeto diseñado en sí, de la forma y del trabajo estético. De ello se sigue, que Bennett (2010) en su investigación realiza un gran énfasis en

que no solo se debe evaluar el contenido estético del diseño, también se debe estimar el impacto social, es decir, considerar a los diseñadores como agentes del cambio, acordes a las necesidades actuales de la sociedad.

De manera particular, se considera un punto importante a reflexionar la aportación de Bennett (2010) en lo que respecta a que el diseñador, a través de su experiencia, puede desarrollar diseño que genere transformaciones en el medio ambiente, en la cultura, el entorno social y otros aspectos de alta relevancia de nuestra comunidad.

Hoy en día los programas académicos tienen el reto de generar no solo un perfil de formación, sino un perfil de egreso en sus estudiantes, que permitan satisfacer las necesidades concretas de la sociedad de hoy en día, pero que tengan la posibilidad de anticipar los cambios futuros.

Por otra parte, en algunos casos las investigaciones realizadas se centran en la relación de la enseñanza del diseñador gráfico con el mercado laboral actual como lo hace Tiburcio en su investigación *La sociedad red del siglo XXI y el diseño gráfico* (2015). Este texto trata el tema de la relación entre el campo del ejercicio del diseño gráfico y el contexto social del siglo XXI en México, así como de la formación que se les da a los alumnos en las IES. Lo interesante del estudio en cuestión se encuentra en lo que la autora establece como *objetivación*³ de la disciplina, término utilizado para referirse a lo que se entiende y se percibe como diseño gráfico. Si bien su trabajo se centra en la objetivación que se tiene de la actividad y su relación con el campo laboral, parte fundamental para el estudio en cuestión es el planteamiento que expone la autora sobre la importancia de cómo las IES comprenden y responden al contexto en el cual se encuentran, transfiriendo estas creencias y modos de actuar a los alumnos dentro de la formación que reciben en la Universidad desde el mismo plan curricular.

En las investigaciones sobre el diseño gráfico en las universidades mexicanas, un factor a tomar en cuenta es que, actualmente, continúan sin establecerse políticas y pautas pedagógicas que normen la enseñanza de la disciplina. Rivera (2013), en *La nueva educación del diseñador gráfico*, expone la falta de una fundamentación teórica e investigación del diseño en los planes de

³ Para Berger y Luckmann (2001, 85) objetivación significa la manera en que se construye el significado intersubjetivo del sentido común.

estudio actuales, así como un déficit en cuanto a la concepción del diseño, factores que retardan la consolidación de la disciplina en el campo académico. Dentro de su análisis, que abarca los últimos veinte años en el campo de la enseñanza del diseño gráfico, el autor expone cómo el interés por las interacciones desplazó al interés sobre los objetos, debido al uso de las nuevas tecnologías y a la concepción actual de la disciplina. A su vez, hace referencia a un abordaje teórico del diseño gráfico en las instituciones educativas a partir de la retórica y la semiótica, y menciona cómo existe una notable brecha entre lo que se aprende en las escuelas y la demanda de la sociedad al salir de las mismas.

Otro punto a destacar en la enseñanza de la disciplina hoy en día, según este escrito, es la ausencia del manejo del contexto sociocultural y político que caracteriza a las instituciones educativas. Rivera (2013) afirma: “El diseño es un artificio para intervenir en la vida de la gente. Por lo tanto, las acciones de los diseñadores tienen implicaciones sociales y éticas” (p. 22). Posteriormente, en su investigación propone diversos aspectos para mejorar la enseñanza del diseño gráfico, en donde se destaca la discusión argumentada como medio de aprendizaje y propone escuelas donde lo central sea el aprendizaje del diseño, y lo gráfico sea el pretexto pedagógico para que los alumnos aprendan a diseñar.

En otro escrito de Rodríguez (2014) *Hacia un diseño integral*, muestra los hábitos actuales de los docentes en el campo del diseño, haciendo un recorrido por los procedimientos de selección de problemas que se le presentan al alumno para su posterior solución a través de la elaboración de un proyecto de diseño en la Licenciatura en Diseño de la UAM-Cuajimalpa. El citado autor elabora un análisis de las últimas generaciones de la Licenciatura en Diseño Gráfico y, a su vez, plantea un sistema basado en el enfoque de la detección de problemas, así como la formación de un diseñador integral, transformando la visión y concepción del diseñador gráfico como productor de objetos visuales. Propone que los problemas de diseño en realidad no se pueden definir en su inicio y que la labor del diseñador empieza a partir de la percepción de un desequilibrio en el entorno, y es precisamente a través del esfuerzo por definir objetivos, y en consecuencia los criterios de evaluación final, que el diseñador logra establecer algunos parámetros, si bien no llega a desarrollar una definición formal del problema. Como resultado, el inicio de este proceso es dialógico entre el diseñador, la

situación descrita (que usualmente es llamada *brief*), la situación percibida y aquellos involucrados en la situación (usuarios, productores, financieros, distribuidores, entre otros). Lo anterior implica que los problemas de diseño se construyen y este es el inicio real del proceso creativo. En la propuesta que aquí se presenta, se parte de estas ideas y se describen las condiciones para preparar el escenario en el que los alumnos apliquen conocimientos, habilidades y actitudes para llegar a soluciones creativas e innovadoras.

Dicho lo anterior, se enfatiza sobre cómo conciben el diseño gráfico las IES y cómo enfocar sus esfuerzos en los modelos de la oferta académica, modelos que podrían estructurarse en competencias que debe adquirir el alumno en sus estudios, fundamentados por una demanda del modelo actual de la sociedad en donde impera lo multidisciplinar y colaborativo. De tal manera que la visión sobre la disciplina por parte de la universidad y de los docentes se dirija a los patrones actuales que exige la sociedad actual.

Otro de las investigaciones relevantes respecto a la enseñanza del diseño es el trabajo realizado por Mazzeo y Romano (2007), quienes a través de su investigación nos muestran el panorama de la enseñanza en las disciplinas proyectuales, así como la importancia de la formación de los universitarios hoy en día. Es verdad que el estudio en cuestión se radica en la enseñanza de la disciplina en las universidades argentinas, pero dados los contextos de las sociedades latinoamericanas, es un trabajo a través del cual se exponen muchas similitudes con la situación de la carrera en México, haciendo un gran énfasis en la situación actual de nuestra sociedad, la cual se sumerge en una profunda crisis. Al respecto, Mazzeo y Romano (2007) mencionan que:

La universidad debiera ser la encargada de construir, enriquecer y profundizar el conocimiento, ya que corresponde a su ámbito generar una actitud reflexiva, cuestionadora, crítica y autocrítica con una pertinente orientación disciplinar, consciente de la responsabilidad social y del carácter transformador de las acciones (p. 23).

Con respecto a las estrategias didácticas y la pedagogía en la enseñanza del diseño en México, Zatarain (2015) en su trabajo *La didáctica en el diseño gráfico ¿Qué, cómo y para qué enseñar?*, se refiere a la falta de bases

pedagógicas en los actores que forman parte del proceso de enseñanza de diseño gráfico, así como a las estrategias didácticas necesarias para la formación de los diseñadores gráficos en la actualidad. Cabe destacar que, en algunos de los casos, al no contar con dichas estrategias, el docente va dejando atrás el cumplimiento de los objetivos respecto a los contenidos, y a su vez se genera una especie de confusión en cuanto a la concepción de la disciplina y su relación con la enseñanza en el taller de diseño. Es decir, en algunos casos se genera un desfase entre lo que el docente y la institución dicen del diseño gráfico y lo que se enseña realmente en taller. Posteriormente Zatarain (2015) hace hincapié en la utilización del enfoque constructivista y de cómo, a través del mismo, se puede lograr una mejora en la relación enseñanza–aprendizaje entre el maestro y el alumno, generando un ambiente favorable para la apropiación del conocimiento, basándose en una línea de comunicación horizontal que dé lugar al debate y a las aportaciones de todos los miembros del grupo.

De igual manera, Soltero Leal (2017) presenta su trabajo *Ensayo crítico sobre la enseñanza del diseño gráfico en México*, donde argumenta la falta de una tendencia definida sobre el concepto de diseño gráfico y su enseñanza en México. Expone cómo cada escuela establece el perfil de sus egresados y aborda distintos planes de estudio y tipos de enseñanza, que van desde lo editorial, la ilustración, la fotografía y la serigrafía, hasta áreas con un perfil más digital y tecnológico, como la multimedia, producción audiovisual y diseño *web*, entre otros, pasando por cuestiones más teóricas como la semiótica y la retórica. Además, analiza las características de cada área del diseño, como los procesos de trabajo, materiales, equipo técnico, tiempo de producción, entre otros. Reconoce entonces que es común que los sistemas de enseñanza difieran mucho, incluso dentro de un mismo plan de estudios. Así, en materias donde se requiere más el uso de las nuevas tecnologías, como multimedia, *web*, interactivos o producción audiovisual, la mayoría de los alumnos poseen mayores conocimientos técnicos que los profesores: conocen más programas o dominan mejor un programa en específico y están más actualizados en los avances y trucos digitales. Por ello el profesor, en lugar de enseñar un programa, funge como un asesor que enseñará cómo aprovechar los beneficios de un *software*

según el concepto o la idea creativa de cada alumno. No se enseña cómo usarlo, sino para qué y cuándo usarlo.

Por su parte, Irrigoyen (2015), a través de su publicación, *Propuesta taxonómica para las áreas subdisciplinarias del diseño gráfico*, señala que la actualidad del mundo laboral requiere de profesionales capacitados y con un dote de aptitudes y habilidades interdisciplinarias, por lo cual se debe establecer un estándar mínimo y las competencias adquiridas en el proceso de enseñanza y aprendizaje dentro de las instituciones educativas. Dicho de otro modo, hasta dónde llegar con los conocimientos necesarios para no convertir al alumno en un profesional que sabe un poco de todo, pero que carece de un dominio pleno en una disciplina. Es decir, diseñadores que pueden hacer campañas publicitarias, pero no al nivel de un publicista; desarrollar aplicaciones móviles, pero sin la calidad de un programador, entre otras. De modo que la importancia de la concepción del diseño gráfico como disciplina por parte de los actores que forman parte del proceso de enseñanza, cobra relevancia con respecto a las intenciones de los contenidos para el alumno y cómo serán transmitidos.

Este debate no es propio solamente del diseño gráfico, sino que involucra múltiples disciplinas y tiene que ver con la elección entre una formación generalista o una orientada a una competencia o saber específico.

Por último, Buchanan en su investigación sobre *Retórica, Humanismo y Diseño* (1995), intenta aclarar la confusión con la concepción del diseño desde las distintas perspectivas entre productos, métodos y propósitos a los que se encamina la disciplina. Este mismo autor propone un enfoque para la enseñanza del diseño, en donde plantea que la materia del estudio de diseño no está en el producto, sino en el arte de concebir y planear la elaboración de los productos. Su investigación parte de los fundamentos de distintas concepciones y perspectivas del diseño, a través de un devenir histórico, desde los inicios de la Bauhaus y realizando un recorrido por la Ulm, la escuela norteamericana, hasta las concepciones actuales.

Chaves (2001), por su parte en su libro *El oficio de diseñar*, da cuenta de las dos diferentes maneras de concebir la formación del diseñador gráfico: una que pone énfasis en la enseñanza y la disciplina, otra cuyo acento está en el

aprendizaje y el producto. Esta disyuntiva da como resultado un conjunto de hipótesis:

- que ambas expresiones pueden considerarse indicativas de dos enfoques polares, excluyentes;
- que el primer enfoque constituye una desviación que desplaza el centro de interés de los objetivos a los medios; y
- que tal desviación de la problemática es fuente de gran parte de las dificultades en el logro de eficacia de los procesos de capacitación (p. 131).

Para Chavez (2001) entonces esta confusión da origen tanto a una mala enseñanza como a un mal desempeño profesional, puesto que se ha perdido de vista la finalidad del diseño que sería producir *verdaderas máquinas de comunicar*.

Si se habla específicamente de enseñanza, es importante mencionar el aporte de Litwin (2008) en su trabajo *El oficio de enseñar*, que trata sobre el pesimismo instalado en las escuelas, frente a las complejas realidades y la construcción de prácticas en las que la vida cotidiana sea tema de análisis y crítica. También es importante mencionar el papel que juegan las emociones y los deseos dentro de la enseñanza; los docentes deben aprender la manera de despertar en sus alumnos factores esenciales como el interés, la reflexión y el análisis.

En la teoría y los autores que forman parte de los contenidos de los planes de estudio, encontramos ya diversos conceptos y definiciones de diseño gráfico, así como de otros preconceptos básicos respecto a si el diseño se enseña o se aprende, si hay condiciones innatas que hace a alguien diseñador o si puede formársele. La importancia de estas ideas, muchas tácitas, sin embargo, radica en el modo en que se ven reflejados en las propuestas de enseñanza. Pero si se remonta a conceptos planteados explícitamente por diferentes autores, encontramos al diseño gráfico como una actividad que soluciona problemas y combina la sensibilidad visual, con habilidades y conocimientos en áreas de comunicación, tecnología y negocios (ICOGRADA, 2013).

Posteriormente indagaremos sobre las reflexiones de Schön (1998), respecto de los procesos cognitivos que se llevan a cabo en los talleres proyectuales y cruzaremos estas formulaciones con el pensamiento de Chaves (2001) respecto de la enseñanza.

Todo el recorrido anterior, va directamente ligado a los diferentes enfoques sobre la concepción del diseño gráfico como disciplina y los retos que enfrenta la enseñanza en diseño. Cada vez se acentúa más la necesidad de integrar la historia, teoría y crítica del diseño gráfico al interior de las aulas, así como los aspectos administrativos y económicos que conllevan la práctica de esta disciplina, con el fin de marcar una diferencia en el profesional del diseño, el cual tiene la responsabilidad de resolver problemas de manera integral, sin que caprichos o intereses personales mezquinos interfieran con el desarrollo de su trabajo.

Como en el desarrollo de los procesos complementarios de enseñanza y aprendizaje, y en el caso del diseño gráfico específicamente, sabemos que se realizan estrategias que permiten evaluar la calidad de lo que se está enseñando y lo que se está aprendiendo, para lo cual se establecen parámetros, lo más homologados posible, para que todos los involucrados conozcan los resultados, con el fin de determinar aquellas acciones que sean necesarias para mejorar la formación. El problema reside en que los logros se definen en función de las metas propuestas de enseñanza, y como estas metas dependen de teorías presupuestas de lo que significa o que se entiende por diseño gráfico, los parámetros supuestamente objetivos y homogéneos no resultan tales.

Por otra parte, cabe señalar que las distintas concepciones del diseño gráfico en las IES mexicanas, dan como resultado los diferentes enfoques a la hora de enseñar y aprender. Dichos enfoques están directamente relacionados con el objeto de estudio que se presenta en las aulas, que va desde la producción de un artefacto u objeto diseñado, hasta los que lo establecen como elaboración de productos de comunicación visual y su vinculación, con el proceso de interacción entre el usuario del sistema de comunicación previamente diseñado. Puesto que en función de ciertas metas preestablecidas se elaboran y desarrollan las prácticas de enseñanza, las competencias adquiridas por los estudiantes pueden variar substancialmente entre distintas IES.

Desde una perspectiva personal, en consonancia con lo anteriormente mencionado por varios autores (Chaves, Frascara, Belluccia, Costa), se considera que hay que tomar en cuenta la dificultad que enfrenta un estudiante de diseño gráfico para lograr solucionar problemas de diseño sin un análisis e investigación a fondo de su entorno, sin un conocimiento base de las necesidades reales que deberá enfrentar una vez salido de las aulas académicas. En ciertos casos la desactualización del docente o la mirada reduccionista, aun el caso del entusiasta y el dedicado, alejado de la práctica profesional, congela prácticas y rutinas de su propia formación, presentando un modelo de enseñanza muchas veces desligado de las necesidades y desarrollos actuales. Es por ello que es prioritario redefinir las competencias del diseñador gráfico, la actualización continua de contenidos y prácticas, y consiguientemente, la misma de enseñanza.

Es indudable que el debate actual sobre el significado del diseño gráfico como disciplina, es un tema muy discutido por las instituciones y los actores que forman parte del proceso de enseñanza de la profesión. Al respecto, el profesor mexicano Rodríguez (2013), afirma que es un hecho que continúa sin precisarse qué se entiende por diseño gráfico. En consecuencia, las universidades siguen elaborando planes de estudio sin contar con una respuesta clara sobre el significado del diseño gráfico, que permita al egresado responder a las necesidades de la sociedad actual. Y aún, contando con definiciones ambiguas, inciertas y provisorias, es necesario que las instituciones se tomen el trabajo de formularlas explícitamente.

De otro modo, tal y como lo comenta Tiburcio (2015) en su estudio sobre *La sociedad red del siglo XXI y el diseño gráfico*, la concepción de la universidad donde se forman los diseñadores gráficos está más apegada al diseñador de la era industrial del último tercio del siglo XX. Esto es, que la formación de diseñadores en un entorno donde la relación entre lo que se concibe como el diseño gráfico y su significado, es incongruente con las estrategias didácticas al interior de las universidades.

Es importante mencionar que la relevancia del comprender y tener acuerdos en la academia, sobre la concepción del diseño gráfico y su entendimiento, permitirá a las universidades revisar sus contenidos, objetivos y las diversas asignaturas del plan de estudios. Dicho de otro modo, el

establecimiento de acuerdos sobre la postura o definición sobre la disciplina, va directamente ligado a los procesos de enseñanza y aprendizaje, así como el objeto de estudio dentro de las instituciones, ya que dicho objeto varía según la definición de la disciplina misma.

Parte esencial, para generar una estructura sólida en la disciplina y nuevos paradigmas en la formación de los diseñadores en las universidades, es la reflexión acerca de la enseñanza del diseño gráfico, partiendo de premisas sobre cómo se concibe al diseño y qué se está llevando a cabo en el proceso de enseñanza y de aprendizaje.

Algo fundamental dentro del proceso de enseñanza y de aprendizaje del diseño gráfico en las universidades mexicanas, son los diferentes enfoques y perspectivas de los docentes en la conceptualización de la disciplina; es ahí donde radica la importancia de esta investigación, donde se buscará hacer evidentes esas concepciones, ya que la educación universitaria está directamente ligada a cómo se define o desde qué perspectiva se concibe el diseño gráfico. Es decir, no se enseña de manera similar en las aulas de diseño, si este se define como un saber práctico o como una actividad más enfocada en el hacer, o si es definido como un conocimiento integral que tiene múltiples dimensiones. En un primer caso, se hace hincapié en el logro de habilidades personales, es decir, en lo aprendido; y en el segundo en lo enseñado discursivamente.

Continuando con las investigaciones sobre la enseñanza, Margolín (2008) presenta una serie de ensayos y estudios sobre el diseño gráfico, en los cuales expone que a pesar de los múltiples debates realizados y publicados, no se ha llegado a una conclusión clara de cómo diferentes autores entienden o definen al diseño gráfico. Esto hace suponer que las instituciones educativas recurren a teorías y acervos bibliográficos diversos, que no terminan de aclarar el panorama con respecto a la concepción de la disciplina, pues estos enfoques suelen ser múltiples, ambiguos y a veces contradictorios, lo cual genera una serie de desacuerdos en el interior de los talleres de enseñanza, en cuanto a cómo se integra el enfoque supuestamente adoptado con las estrategias pedagógicas que se realizan en las carreras de diseño gráfico.

Todo esto nos hace reflexionar acerca de los retos que enfrenta la enseñanza en diseño gráfico dentro de las IES, quienes deben tomar en cuenta

de manera clara cuál es su concepción sobre la disciplina, para posteriormente planificar su enseñanza y elaborar las estrategias pedagógicas adecuadas, sin dejar de lado los aspectos y variables económicas, políticas, culturales, históricas y empresariales del entorno; es decir, no suponer escenarios irreales con problemas poco comunes, a los cuales quizás nunca se enfrentará el futuro profesional. Por lo tanto, sin estas reflexiones todo lo que se lleve a cabo en función de los procesos de enseñanza y aprendizaje habrá sido una experiencia no efectiva.

Sin embargo, pese a la existencia de investigaciones sobre la enseñanza del diseño, se considera que la vacancia o la importancia del estudio en cuestión radica que el presente trabajo tiene como finalidad profundizar específicamente en la relación directa entre la parte discursiva de lo que se dice; cómo se define al diseño gráfico y cómo se enseña dentro del taller de diseño, en función de lo establecido respecto a sus diversas concepciones de lo que se entiende como diseño gráfico en las IES en México. Y pese, como ya hemos mencionado, a que se han realizado diversas investigaciones sobre las prácticas del diseñador gráfico, la enseñanza del diseño gráfico y sus concepciones, se detecta que no se han correlacionado estos tres factores y no se los ha vinculado con el rol institucional en las universidades mexicanas.

Es de interés, entonces confrontar los objetivos explicitados de los programas de diseño gráfico en las universidades seleccionadas como parte del estudio y los trabajos desarrollados por los alumnos dentro del taller de diseño, considerando que esa relación va a dar cuenta del enfoque tácitamente aceptado de lo que se entiende o concibe por diseño gráfico. Asimismo, estos ejercicios como prácticas supervisadas permiten comprender qué entienden la institución y sus docentes por el desempeño profesional del diseñador. Cuestión, que consideramos, aún no ha sido del todo investigada en México.

1.4 Problema, Hipótesis y Objetivos

Pregunta / Problema

¿De qué manera responden las universidades mexicanas seleccionadas a las concepciones tácitamente aceptadas acerca de lo que se entiende como diseño gráfico en relación con la enseñanza en el taller?

Preguntas auxiliares

¿Cuál es la definición y el enfoque de diseño gráfico que sostienen los diversos actores que intervienen en la enseñanza de la disciplina en las universidades mexicanas seleccionadas?

¿De qué manera responden las IES a la definición de diseño gráfico y cómo la plasman en su documentación institucional?

¿Qué diferencias y semejanzas se observan en lo que se concibe como diseño gráfico y su enseñanza en el taller de diseño?

Objetivos e Hipótesis

Hipótesis Fundamental

La enseñanza en las universidades seleccionadas durante el período de 1995 a 2015 responde a distintas concepciones del diseño gráfico aceptadas tácitamente y de manera acrítica, lo cual da lugar a prácticas diferenciadas dentro del taller de diseño.

Hipótesis colaterales

- En el diseño gráfico contemporáneo existe una concepción de diseño orientada a la interacción del usuario, con respecto al producto diseñado, su venta, publicidad, mercadotecnia, es decir lo comunicacional.

- En el diseño gráfico contemporáneo existe una concepción que hace énfasis en los aspectos de la forma del objeto o pieza diseñada, lo artefactual o

estético (en algunos casos existen experiencias y reflexiones sobre la materialidad).

- En el diseño gráfico contemporáneo existe una concepción de diseño orientada a su reflexión como vehículo sígnico o retórico, es decir lo intelectual.

Objetivo general

- Estudiar la relación entre las distintas concepciones del diseño gráfico y la enseñanza, dentro del taller de diseño en las universidades seleccionadas durante el período de 1995 a 2015.

Objetivos Específicos

- Identificar y caracterizar las diversas concepciones del diseño gráfico que manifiestan los referentes disciplinares.
- Describir las concepciones de diseño gráfico que manifiestan explícitamente las instituciones previamente seleccionadas, en sus documentos institucionales (planes, programas y ejercicios).
- Categorizar los elementos de las diferentes concepciones de diseño gráfico que se encuentran presentes en las consignas de los ejercicios, en las prácticas realizadas y en las evaluaciones de esas prácticas.
- Vincular y analizar diferentes concepciones de diseño gráfico, manifestadas en los trabajos y las consignas formuladas en el taller de diseño, por los profesores y directivos de las instituciones previamente seleccionadas.

1.5 Periodización y delimitación espacial

En cuanto a la periodización del estudio, se tomó el segmento 1995-2015, lapso en el que se registraron grandes transformaciones en el ámbito del diseño gráfico en México derivadas de la utilización de nuevas tecnologías, el *boom* de la computadora y los diversos dispositivos digitales, que generaron un parteaguas y una nueva era para la disciplina. Lo mismo ocurrió en relación con el debate sobre la enseñanza del diseño gráfico y su concepción mediante la aparición de foros,

organismos, asociaciones y encuentros especializados, además de un notable incremento en el número de escuelas.

Se han seleccionado cinco universidades del país: Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON), Universidad Iberoamericana Puebla (IBERO), Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), Universidad Intercontinental (UIC) y la Escuela de Diseño del Instituto Nacional de Bellas Artes (EDINBA).

Dichas instituciones, como se mencionó anteriormente, se ubican en diferentes zonas geográficas (ver Figura 1) y con escenarios totalmente distintos en lo relativo a su fundación y a su desarrollo en general, los diferentes aspectos económicos y socioculturales del entorno en el en el cual se formaron, los que las hacen significativas para ser tomadas como unidades de análisis.

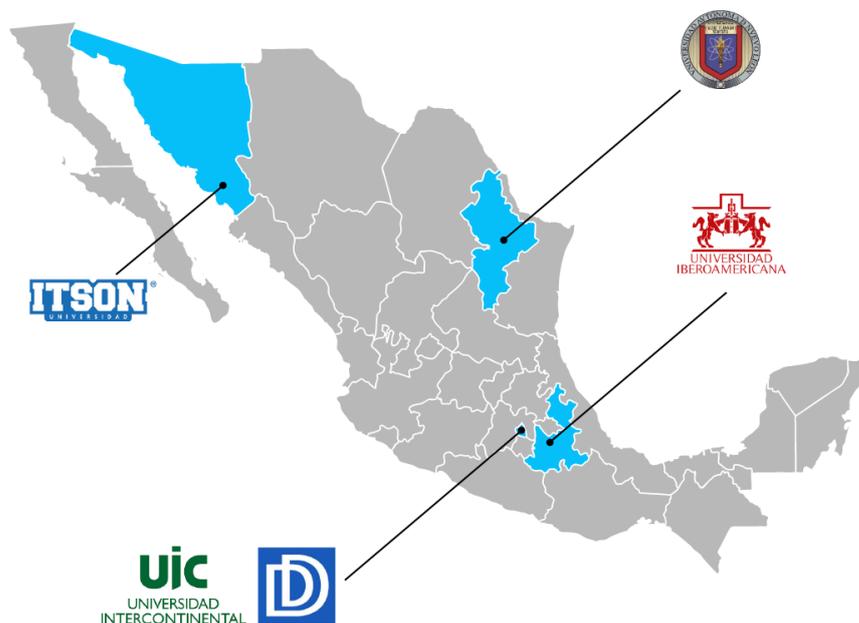


Figura 1. Ubicación geográfica de las instituciones seleccionadas para el estudio.
Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, los años en los que aparecieron las universidades que forman parte de este estudio, van desde la década de los setenta hasta los años noventa, marcando así las distintas épocas y perspectivas del diseño gráfico y su diferente relación con la enseñanza. Dicho de otro modo, con el paso de los años, los cambios técnicos, la evolución de la sociedad, el mercado y los patrones de consumo, generaron nuevas necesidades que influyeron en la enseñanza del diseño, siendo un factor clave la relación de cómo se concibe el diseño gráfico y la enseñanza en las universidades seleccionadas.

1.6 Marco Teórico

Tomando en cuenta que la presente investigación tiene como finalidad el estudio de las distintas concepciones del diseño gráfico y su relación con la enseñanza en el taller de diseño, se optó por el desarrollo de un Marco Teórico que caracterizara estos enfoques del diseño gráfico.

Estos enfoques son presentados por los referentes disciplinares de diversas maneras: definiciones, recomendaciones, conceptos, prescripciones, etcétera. La tarea será reconstruir estas ideas, para lo cual se pretende trabajar en tres ejes conceptuales que nacen a partir de la hipótesis.

- Las distintas definiciones del diseño gráfico.
- La enseñanza del diseño gráfico.
- Las prácticas en el taller de diseño gráfico.

De igual forma se busca analizar los conceptos y elementos del diseño gráfico, que el docente toma en cuenta a la hora de definir una práctica y evaluar un proyecto dentro del taller de diseño.

Previamente debemos indagar sobre la propia idea de conocimiento disciplinar, lo cual determina un corpus de creencias y conceptos aceptados.

1.6.1 Precisiones Terminológicas Previas.

1.6.1.1 Conocimiento tácito

Ahora bien, partiendo de la hipótesis fundamental de la investigación, la cual establece que la enseñanza dentro del taller de diseño en las universidades seleccionadas durante el período de 1995 a 2015 responde a distintas concepciones del diseño gráfico, aceptadas tácitamente, es indispensable hablar del concepto de conocimiento tácito de Nonaka y Takeushi (1995) quienes exponen cómo las organizaciones lo que generan realmente es la información y los individuos dentro de esa misma organización, lo que generan es el conocimiento. Al respecto, estos autores complementan la idea con lo siguiente:

“Determinaremos las cuatro formas de conversión de conocimiento que surgen cuando el conocimiento tácito y el explícito interactúan. Estas cuatro formas, que llamamos *socialización, exteriorización, combinación e interiorización, constituyen el motor del proceso de creación de conocimiento. Esas formas son lo que el individuo experimenta. También son los mecanismos con los cuales el conocimiento individual es enunciado y amplificado hacia adentro y a través de la organización*” (p. 62).

Hablar del conocimiento tácito en primer lugar, es hablar del conocimiento personal, conocimiento que se adquiere a través de la experiencia del aquí y el ahora y que en cierto modo, se podría definir como algo subjetivo. Por su parte el conocimiento explícito se deriva de algo secuencial, conocimiento racional que suele centrarse en algo más objetivo.

Dicho lo anterior, es importante, establecer dentro de las universidades del estudio en cuestión, lo que se maneja como conocimiento tácito y lo que compete al conocimiento explícito. Si bien el conocimiento tácito está en todas las disciplinas, las ciencias en general buscan el conocimiento explícito. Es decir, supongamos que leemos un par de libros, sobre ciertas teorías, autores, esto va generando un conocimiento verbalizable o proposicional, sobre un tema o una teoría en específico. En contraparte, el diseño tiene esa dualidad respecto a generar un doble producto, es decir el conocimiento y el producto realizado (Cravino, 2018). Un producto puede ser una pieza de diseño, un afiche, una campaña, entre otros, pero también existe el conocimiento adquirido en el

proceso de diseñar aquel producto. El quehacer del diseñador está centrado en generar un cambio en el mundo y en la vida cotidiana a través de sus productos. De ello se sigue que muchas de las disciplinas proyectuales y, específicamente el diseño gráfico, estén orientadas al objeto u artefacto diseñado. Por lo tanto, es importante repensar sobre el nivel respecto a la formación en investigación de diseño, para incrementar la generación de conocimiento explícito.

1.6.1.2 Los supuestos básicos subyacentes

De igual forma, se puede recuperar la existencia de supuestos básicos subyacentes de Gouldner (1973), ya que las universidades aceptan tácitamente diferentes enfoques y definiciones del diseño gráfico, las que son compartidas como supuestos no explicitados por docentes y estudiantes.

Los supuestos básicos subyacentes son definidos por Gouldner (1973) como conjuntos de ideas o creencias no conscientes, profundamente internalizados que gobiernan nuestras decisiones y acciones. Este mismo autor, considera:

“Los supuestos básicos subyacentes también influyen sobre la fortuna social de una teoría, al influir en las reacciones de aquellos a quienes se la comunica. En efecto: las teorías son aceptadas o rechazadas, en parte, debido a los supuestos básicos subyacentes que contienen: En particular, es más probable que una teoría sea aceptada por quienes comparten sus supuestos básicos subyacentes y los encuentran satisfactorios” (p. 35).

Son *supuestos* porque tienen el carácter de hipótesis que aún no han sido puestas a prueba o porque no hay interés en contrastarlos. Son *básicos* puesto que se encuentran en la raíz íntima de teorías, creencias generales y prácticas. Y son *subyacentes* dado que permanecen invisibles u ocultos aun para quien los comparte.

Encontramos supuestos subyacentes tanto en el desempeño profesional, como en las prácticas pedagógicas que exigen que estos supuestos se expliciten para poder revisarlos críticamente.

Se sabe también que los que comparten teorías y prácticas, forman parte habitualmente de una comunidad disciplinar que estructura nuestras formas de actuar y pensar.

Ahora bien, es importante definir lo qué es una matriz disciplinar. Es en este punto donde los aportes de Kuhn (1970) entran como un factor de gran relevancia dentro de la investigación y es que hablar de matriz disciplinaria, es hablar de cómo el mencionado autor introdujo este término en función de lo que se definía como paradigma y menciona que *es “disciplinaria porque se refiere a la posesión común de quienes practican una disciplina particular; matriz porque está compuesta por elementos ordenados de varias índoles, cada uno de los cuales requiere una ulterior especificación”* (p. 269).

Para Kuhn (1970) toda matriz se compone de:

1. Generalizaciones simbólicas, que son los componentes formalizables de la matriz. Estas funcionan como leyes y como definiciones.
2. Compromisos metafísicos que son creencias en modelos particulares. Son los que nos permiten determinar lo que vamos a aceptar o no como explicación científica.
3. Valores, trata de criterios para la evaluación de las teorías.
4. Compromisos compartidos por el grupo, que son supuestos básicos que no se cuestionan.

Con base en lo anterior según el autor, es la forma de cómo se van desarrollando las teorías y las comunidades disciplinares que comparten estas teorías. El trabajo de Thomas Kuhn, muestra su afán por desarrollar una teoría de la racionalidad a través de la cual se expliquen las transformaciones del paradigma mediante la descripción y el análisis.

Asimismo, las disciplinas de diseño determinan una forma especial de pensamiento que es el proyectual. Por eso otro punto a tomar en cuenta dentro de la presente investigación, es definir el concepto de inteligencia proyectual o como lo denomina Fernández (2013), proyecto inteligente. Si bien es cierto que este autor, aborda su mirada desde una perspectiva sobre la arquitectura, al hablar de

disciplinas proyectuales como el diseño gráfico, siempre es importante retomar los conceptos y las teorías desarrolladas dentro de otros campos proyectuales, conceptos que en ocasiones difieren de la especificidad de la disciplina pero que a fin de cuentas, resultan aplicables para toda actividad proyectual. Tal es el caso del concepto de inteligencia proyectual, la cual Fernández (2013) define de la siguiente manera: “Es aquella condición cultivada y metódica que toma en cuenta la experiencia precedente para procesarla críticamente como una especie de teoría o fundamentos previos a una práctica; en este caso, proyectual” (p.13).

Fernández (2013) expone como los proyectos inteligentes no son aquellos que únicamente satisfacen la necesidad del mercado o el cliente, el que está centrado por obvias razones en un objetivo establecido claramente y cuya finalidad puede ser el generar una venta, para incrementar las utilidades de la empresa. Puesto que cuando hablamos del mercado, estamos hablando de un negocio, pero no es una condición necesaria esto para el desarrollo del proyecto. Dicho lo anterior, la inteligencia proyectual o proyectos inteligentes están centrados en el análisis crítico, la innovación, pero sobre todo a la solución de problemas reales en torno a un mejoramiento de la vida de las personas en un ámbito sociocultural específico.

Sería pues, la *inteligencia proyectual*, algo pre o protocientífico, mezcla de reflexión sistematizada sobre prácticas previas y componentes específicos de intuición o creatividad que posee cada acto proyectual pero que aspira a tomar la mejor decisión de proyecto (Fernández, 2013, p. 13).

De modo que, la enseñanza del diseño gráfico se encuentra en una etapa de reflexión y análisis sobre si los contenidos y, en específico, la enseñanza dentro del taller de diseño se realicen con base en los escenarios reales y las necesidades socioculturales para el mejoramiento de la calidad de vida hoy en día. La inteligencia proyectual, nos invita a repensar sobre que tanto se deben elaborar los proyectos con base en el encargo o peticiones del cliente, en relación a soluciones innovadoras donde se centre la atención en gran medida sobre aspectos que van más allá de la respuesta un requerimiento del mercado, y generen soluciones a problemáticas sociales de hoy en día mediante la aplicación e implementación del diseño gráfico.

1.6.1.3 Campo y *habitus*

Por otro lado y continuando con los conceptos claves dentro del marco teórico del trabajo en cuestión, cabe mencionar el desarrollo de los conceptos de campo y el *habitus*, conceptos necesarios para un mejor entendimiento sobre la concepción del diseño gráfico y la enseñanza del diseño. El concepto de *habitus* se entiende como aquello que proporciona la estructura al quehacer del diseñador, cómo lo hace, su relación con el entorno y la sociedad. De igual manera, por campo nos referimos a las prácticas dentro de un espacio determinado. En este caso el diseño gráfico y su enseñanza (Bourdieu, 1992).

Es importante resaltar que mediante los conceptos de campo y *habitus* de este autor, se entiende al campo como un sistema dentro de un espacio determinado, en el cual las relaciones entre los individuos de dicho espacio genera una interrelación, la cual provoca competencia, conflictos y diferentes situaciones dentro de los grupos de un determinado campo. También se establece que el campo intelectual, en tanto espacio social, relativamente autónomo de producción de bienes simbólicos, permite una comprensión de un autor o una obra y así como de su formación cultural o política en términos que trascienden tanto la percepción sustancialista, como la percepción de la sociología mecanicista, que simplemente los reduce a sus determinantes sociales. Por consiguiente, la relevancia de los conceptos de campo y *habitus* planteados por el sociólogo francés, conceden a la presente investigación una manera más precisa en el entendimiento de la concepción del diseño gráfico.

Los *habitus* son principios generadores de prácticas distintas y distintivas —lo que come el obrero y sobre todo su forma de comerlo, el deporte que practica y su manera de practicarlo, sus opiniones políticas y su manera de expresarlas difieren sistemáticamente de lo que consume o de las actividades correspondientes del empresario industrial—; pero también son esquemas clasificatorios, principios de clasificación, principios de visión y de división, aficiones, diferentes. Establecen diferencias entre lo que es bueno y lo que es malo, entre lo que está bien y lo que está mal, entre lo que es distinguido y lo que es vulgar, etc., pero no son las mismas diferencias para unos y otros. De este modo, por ejemplo, el mismo comportamiento o el mismo bien puede parecerle distinguido a uno, pretencioso u ostentoso a otro, vulgar a un tercero (Bourdieu, 1997, p. 20).

Se puede entender el *habitus* como el quehacer del diseñador, en relación a qué piensa sobre el diseño gráfico, de qué manera lo entiende y cuál es la construcción de su realidad con respecto al concepto de la disciplina, cómo lo hace, su relación con el entorno y sociedad. En lo que toca al campo, nos referimos a las prácticas culturales dentro de un espacio determinado, el diseño gráfico y su enseñanza.

Con respecto a la noción de campo, Bourdieu (1997) refiere a algún espacio dentro del cual se desarrollan las relaciones sociales que forman una red de conexiones objetivas entre posiciones, las cuales se definen por la relación entre su existencia y las determinaciones que le dan sus ocupantes que, de manera general abordan los problemas complejos de la sociedad actual. Sin embargo, el reto de los actores con respecto a las estrategias didácticas que forman parte del proceso de enseñanza del diseño gráfico y que son necesarias para el cumplimiento de lo enunciado en sus perfiles de egreso, se complica con las modificaciones actuales del quehacer del diseñador gráfico en el campo profesional. La evolución del entorno, la sociedad y el mercado han ocasionado un nuevo panorama, así como nuevas exigencias en torno a las competencias con las que debe contar el diseñador gráfico hoy en día. Así surgen cuestionamientos habituales en el campo de la enseñanza del diseño sobre si se está formando al diseñador gráfico del futuro o bien se sigue trabajando bajo esquemas de soluciones del paradigma del diseñador de hace más de veinte años.

En consonancia con lo anterior, es común observar que la relación en cuanto al *habitus* pedagógico, con respecto a la didáctica en los talleres de diseño continúe con cierto desfase respecto a las necesidades del diseñador gráfico en el plano profesional. Esto es, debido a que por un lado se establecen los diversos modelos de planeación y ejecución de las actividades relacionadas con el plan de clase, para el cumplimiento de los objetivos del programa educativo. Objetivos que van en función de una serie de competencias, conocimientos y asignaturas con un enfoque mayormente técnico y tecnológico sobre el hacer, respecto a la generación de objetos y piezas generalmente visuales.

1.6.1.4 Concepciones disciplinares

Primeramente, se debe de establecer el término “objetivación”, que según Berger y Luckmann (2001), se refiere a un proceso mediante el cual las personas desarrollan la realidad a través del lenguaje y la concretan mediante un objeto o una idea.

Al respecto Tiburcio (2015) comenta:

...el abordaje del trabajo de Berger y Luckmann surge dentro de la sociología del conocimiento, para comprender la objetivación social de la profesión del diseño gráfico. Objetivación que por el proceso evolutivo de la actividad, y por lo poco clara definición y la falta de paradigma actual establecido por parte del gremio de diseñadores llega a diferenciarse entre una y otra universidad de acuerdo con la corriente con la que asuman su actividad, independientemente del común denominador que las une (p. 15).

Como se ha venido mencionando a lo largo del presente, parte esencial de la esta investigación, es la concepción del diseño gráfico, término que repetidamente se utiliza en el presente texto, pero ¿a qué se quiere referir con dicho término? Se podría caer en el entendido de que todo lector le da misma objetivación o significación a la palabra “concepción”. Por ello se considera relevante la aclaración sobre su utilización.

Según Moliner (1996) *El diccionario del uso del español*, se refiere el termino *concebir* del latín *concipere*, derivado de *capere*. *Formar o empezar a tener ciertas cosas en la mente o en el ánimo. Idear formar una idea, proyecto, et. Concebir un plan. Formar una idea, proyecto como posible”*.

Para Thompson (1992) las concepciones son una estructura mental general, que abarca las creencias, los significados, conceptos, las proposiciones, reglas, las imágenes mentales, preferencias, y gustos.

Partiendo de lo general, se puede decir que en ese sentido, el término concepción se ha de utilizar en relación a la idea que los individuos se forman en su imaginario o concepto que se genera hacia el diseño gráfico.

Después de describir diversos conceptos y términos de diferentes autores, que forman parte del marco teórico del estudio en cuestión, con la finalidad de lograr una mayor claridad y argumentación sobre los temas a tratar a lo largo del presente trabajo. Es importante aclarar las definiciones respecto al diseño gráfico

y sus distintas manifestaciones, partiendo de los conceptos generales que aluden a la palabras *diseño*, *comunicación*, *arte*, entre otras, que forman parte esencial en el lenguaje dentro del recorrido en la investigación.

1.6.1.5 Diseño

Es importante tomar en cuenta los orígenes de la palabra diseño, que según Kopp (2013) viene del latín *designare*, la cual tiene como significado dibujar o designar. Y menciona: “*Diseño por consecuencia, es un término que se refiere tanto a la actividad proyectual como a una idea técnica de materialización que provoca una forma sobre una superficie*” (Kopp, 2013, p. 40).

Entendiendo, asimismo, que la actividad proyectual se relaciona directamente con el diseño en sus diversas categorizaciones y disciplinas, desde el diseño industrial, el diseño de modas, diseño de interfaz y, obviamente, el diseño gráfico.

En contraparte, la palabra *gráfia* se deriva del término griego *grapen*, mismo que alude a la acción de escribir, describir y dibujar. Por consiguiente, lo gráfico hace referencia a lo que esta escrito, dibujado o marcado sobre alguna superficie.

En ese sentido el mismo Frascara (1996) hace referencia al diseño como el proceso de programar, proyectar, y organizar distintos elementos para la elaboración de un objeto o producto.

Por su parte Ledesma (2003) menciona:

El diseño es toda idea separada de la materia; es la imagen de la obra independientemente de los procesos técnicos y de los materiales necesarios para realizarlas; dada la invención se buscan los modos de realizara, dejando a un lado todo el material, tal objetivo lo conseguiremos mediante el trazado y previa delimitación de ángulos y líneas en una dirección y con una interrelación determinada... será una puesta por escrito realizada a base de líneas y de ángulos y llevada a término por una mente y una inteligencia culta” (Alberti, 1991, p. 61).

Por su parte Burdek en su trabajo, *Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial*, menciona lo siguiente al respecto:

Seguramente partiendo de esta tradición, el *Oxford English Dictionary* del año 1588 menciona por primera vez el concepto de diseño y lo describe como: - un plano o un boceto concebido por un hombre para algo que se ha de realizar; un primer boceto dibujado para una obra de arte... (o) un objeto de arte aplicada, necesario para la ejecución de la obra” (Burdek, 1994, p. 22).

1.6.1.6 Diseño gráfico

Con respecto al término de diseño gráfico es importante resaltar el aporte de Frascara (2012), quién hace uso del concepto diseño de comunicación visual, el cuál está sujeto a una larga serie de interpretaciones.

Las diversas definiciones que el término diseño tiene en nuestro lenguaje cotidiano ha contribuido a la falta de precisión con que se percibe el perfil del diseñador de comunicación visual. El diseño es en general entendido como el producto físico derivado de la actividad, pero la actividad misma es ignorada. Expresiones tales como los hermosos diseños de las telas aborígenes, usan incorrectamente el término «diseño», en lugar de usar vocablos más apropiados como «ornamentación» o «trama» (p. 23).

La gente también habla de la belleza de los diseños que las olas dejan en la playa, o del diseño de otras formas naturales. Una profesión cuyo nombre se usa para referirse tanto a objetos naturales, como a una actividad y a un producto industrial, está destinada a crear confusión en mucha gente.

Sin embargo, hace énfasis en como el término *diseñador gráfico*, sigue generando confusión respecto a la actividad y el quehacer de la disciplina, que si bien es cierto es mejor que la denominación de *artista gráfico* o el simple hecho de llamarlo *artista*. Ya que se dejan de lado aspectos de suma importancia con base al rol del diseñador gráfico y las actividades que realiza, las cuales van más allá de producir una pieza visual, centrándose en la resolución de problemas de la comunicación.

Según Frascara (2012) si bien es cierto que comúnmente el término asignado por la sociedad es el de diseñador gráfico, el ideal respecto a la actividad, las competencias y habilidades que se desarrollan es el de diseño de comunicación visual:

Esta definición incluye los tres elementos requeridos para distinguir un campo de actividad; un método: diseño; un objetivo: comunicación; y un medio: la visión. Las tres palabras: «diseño de comunicación visual», desbordan la suma de sus significados individuales y pasan a ser el nombre de una profesión (p. 24).

1.6.1.7 Conocimiento y enseñanza

Se han definido nociones que serán parte de la argumentación como *conocimiento tácito*, *supuestos básicos subyacentes*, *campo*, *habitus*, *concepción*, y luego se ha aproximado a una primera definición de diseño gráfico, pero como la tarea será indagar como estas concepciones, ideas y creencias subsisten tácitamente en la enseñanza y afectan los procesos pedagógicos que se dan en el taller, también se deben de hacer algunas aclaraciones previas sobre el conocimiento y la disciplina en la Universidad.

Clark (1983), especialista en el Sistema Universitario, destaca que la tarea que se desarrolla en las IES es básicamente intelectual. Es por ello que sostiene que "El conocimiento es un concepto central de la discusión sobre la educación en cualquier nivel", incluyendo dentro de este concepto desde destrezas hasta estilos de pensamiento. Y a su vez señala que es la disciplina, y no la institución, la fuerza dominante que aglutina a los académicos. Es por ello que para este autor las creencias disciplinares, contribuyen a crear modos de interpretación institucionales.

1.6.2 Concepciones históricas y contemporáneas del diseño gráfico.

Como hemos ya mencionado desde los inicios de la aparición de lo que luego se llamó diseño gráfico se fueron configurando diversas concepciones de la disciplina.

Es por ello que Chaves (1988) en *El oficio de Diseñar* va a caracterizar los distintos discursos que se formularon en ese entonces: funcionalista, tecnicista, economicista y abstraccionista.

Con respecto al termino funcionalista, este autor refiere a la premisa de la concepción del diseño centrado en la relación usuario-objeto, en virtud de ello el diseñador centra mayormente sus esfuerzos en la ergonomía del objeto diseñado.

El discurso tecnicista por su parte se concibe bajo la premisa del producto-proceso, dando mayor pesos a aspectos de producción y tecnología y menciona "creíamos que los materiales y las tecnologías tenían una lógica perfecta, y que, entendiéndola y plasmándola, se producía buena arquitectura" (p. 19).

En lo que respecta al discurso economicista, el autor expone cómo el diseño se respalda en la estrecha relación entre el producto y el costo, aludiendo a la parte del costo como parte esencial para la realización de un proyecto.

Por último, Chaves (1988) se refiere al discurso abstraccionista, mediante el cual se inclina en relación a la forma-sentido “que se apoya en la relación forma-sentido, y en la primacía de la síntesis y la economía formal: aquello de más es menos nos empujaba un superdespojamiento de la forma” (p. 20).

Partiendo de las diversas teorías y autores que forman parte del campo del diseño gráfico, se encuentra una diversidad de enfoques en cuanto a las concepciones de la disciplina. Cabe mencionar que dentro de las definiciones planteadas por los referentes del diseño existen marcadas diferencias en cuanto a lo que entienden por diseño gráfico. En algunos casos se postuló al diseño gráfico como un saber disciplinar, en tanto que otros lo hacen en un sentido de un oficio, es decir, de un hacer o una actividad práctica.

Bajo las definiciones del diseño gráfico como un saber, Rivera (2013) considera como parte fundamental la comprensión de la historia de la disciplina, y menciona que ésta es el pasado que vive en el presente y se resignifica en el futuro y, por esa razón, coopera directamente con la eficiencia de las prácticas proyectuales.

Del mismo modo, expone la relación del concepto de diseño que depende de los orígenes de la disciplina tomado en cuenta. Es decir, si se conceptualiza como una actividad que nace en la revolución industrial, su historia se concibe a través de los patrones y conductas de la sociedad de inicio del siglo XIX.

Asimismo, en relación con la importancia de la historia del diseño gráfico para su conceptualización, Campi (2013) comenta que la historia propiamente del diseño gráfico data de los años ochenta en el siglo XX, refiriéndose a la disciplina como una actividad profesional; además, menciona que uno de los problemas de los textos sobre la historia del diseño gráfico es la exclusión de la publicidad. Por ello, y basado en su relación en el entorno del diseño, el concepto y definición histórica sobre el diseño gráfico tiende a perder solidez. Según las palabras de la autora, esta exclusión se da como consecuencia de que los historiadores del diseño gráfico, tienden a pensar que la disciplina está fuera de los circuitos del consumo y el *marketing*. Este modo de entender al diseño no solo afecta a los

historiadores, sino también a muchos profesores.

Al respecto, las aportaciones realizadas por Calvera (2010) en su artículo titulado *Cuestiones a fondo: la hipótesis de los tres orígenes del diseño*, expone cómo el surgimiento del diseño se sitúa desde tres distintos orígenes, lo cual, coincidiendo con Rivera (2013), determina la concepción que se tenga sobre el diseño mismo.

Calvera (2010) ubica al primero en el escenario de los procesos y la industrialización, originándose inicialmente al interior de las fábricas; una concepción que lo vincula directamente a la producción industrial:

En este caso diseñar, designa una fase de la cadena de producción que consiste en decidir lo que se va hacer y es el responsable de que el producto proyectado se adecue perfectamente al utillaje técnico disponible y a las características del material objeto de transformación (p. 69).

El segundo origen lo vincula al consumo y la apreciación, dando mayor importancia a la propuesta estética. En esta etapa, el diseñador cobra fuerza respecto al desarrollo de una práctica estética y movimiento cultural que se sitúa principalmente en el continente europeo a mediados del siglo XIX. En este sentido, el segundo origen se basa más en una serie de necesidades culturales que parten de satisfacer el factor social, por encima del factor económico. El segundo origen supone cambios importantes en la historia del diseño, con un enfoque más hacia la capacidad del diseño de influir sobre la sociedad y la cultura en general.

Por último, el tercer origen implica hablar del diseño como profesión. En consecuencia con los años de realización de la actividad de diseño, la disciplina se fue organizando, surgieron políticas de diseño en defensa de los derechos de autoría en las obras realizadas por los diseñadores, así como grupos colegiados, organizaciones y movimientos en función de defender los intereses de los que profesaban la actividad del diseño. En dicho periodo surgen instituciones importantes como el *Desing Council*, Barcelona Centro de Diseño en 1973, el ISCID en 1957, ICOGRADA en 1959 e IFI en 1963.

Tema un tanto controversial, que en cierto modo se apega a lo comentado por Rivera (2016) quien a su vez cita a Calvera (2010). De tal manera que

decidirse “por un origen u otro depende en buena medida del concepto de diseño que se tiene en cada caso” (p. 47). Por ejemplo, si se conceptualiza al diseño como una actividad que surge con la revolución industrial, la historia de la disciplina se narrará a partir de finales del siglo XVIII e inicio del siglo XIX.

En virtud de lo anterior y el recorrido realizado por Calvera (2010) respecto a su hipótesis de los tres orígenes del diseño, vamos entrando un poco a profundidad con respecto a los orígenes del diseño gráfico en México, que si bien escapa a las consideraciones que corresponden a un Marco Teórico, son indispensables para entender los distintos enfoques disciplinares.

En México, como en otros países de Latinoamérica, el diseño gráfico se desarrolló a través de las diversas corrientes artísticas y la experiencia de cartelistas, impresores y arquitectos, fundamentalmente. Por ello, la concepción en los primeros años de su aparición se basa generalmente en la construcción de mensajes visuales.

Con la entrada de la publicidad y la fuerte presencia del diseño editorial, el diseño gráfico se desarrolló con una visión más enfocada al uso de las herramientas tipográficas y a la producción de revistas, libros y periódicos.

Posteriormente, en la década de los años noventa, con la entrada de las nuevas tecnologías, la computadora y la mirada de la disciplina puesta sobre la mercadotecnia y la publicidad, la concepción del diseño gráfico integró en su enfoque al consumidor, al usuario y las interacciones entre el producto y el mercado. Posición contrastante si tomamos como referencia los inicios de la enseñanza del diseño en la Bauhaus, donde una de las primeras concepciones sobre la disciplina del diseño pretendía estructurar e integrar los conocimientos artísticos a la producción industrial.

Es evidente que, para un diseñador formado a finales de la época de la revolución industrial, la concepción sobre la disciplina del diseño gráfico se basaba en la producción o manufactura de la imagen. Incluso, basta con mencionar el enorme trabajo que representaba el realizar una pieza publicitaria o el simple hecho de organizar la tipografía para un proyecto editorial, cuando las producciones de impresos no contaban con la tecnología de hoy en día. Era, en ese entonces, muy reconocida la pericia o destreza artesanal del diseñador y el manejo hábil de distintas técnicas. En contraste, los diseñadores de los últimos

veinte años se han desarrollado bajo concepciones que forman y consideran al diseñador gráfico como un profesional integral, solucionador de problemas sociales a través de la comunicación y con la capacidad de trabajo en grupos interdisciplinarios.

Para precisar las distintas concepciones que priman sobre el diseño gráfico, es importante el estudio y el análisis de las diferentes corrientes teóricas. Solo explicitando estos enfoques, se puede elaborar una propuesta de enseñanza de los futuros profesionales en interacción con la sociedad.

Es evidente que no existe una definición única e indiscutible sobre el diseño gráfico. Las concepciones son miradas a través de diferentes perspectivas, desde las primeras en la escuela de la Bauhaus hasta las más actuales, con una inclinación hacia lo multidisciplinario y el aporte social.

Por lo ya mencionado y para un mejor entendimiento se van a caracterizar las siguientes miradas sobre el diseño gráfico.

1.6.2.1 Diseño gráfico como arte

Según la Real Academia Española, la palabra *Arte* deriva del latín *ars, artis* y su significado está en relación con la capacidad, habilidad para hacer algo, y a una manifestación humana mediante la cual se interpreta lo real o se plasma una idea con recursos plásticos.

Es obvio que la definición y el concepto de arte conlleva a otra ruta más profunda de investigación que implicaría evaluar los aspectos estético y las teorías tácitas al respecto, cuestiones que son ajenas a los objetivos del presente trabajo. Sin embargo, es importante mencionar la diversidad que puede tener dicho significado con base en las culturas, las sociedades y los diferentes escenarios en el cual se desarrolló el arte y su vinculación con el incipiente diseño.

Dichos escenarios dan, como consecuencia, que el término *arte*, tenga diversas acepciones, alejadas de una definición única sobre lo que realmente es. De ello se siguen, los diferentes usos y aplicaciones para la dicha palabra, tal cual la podemos encontrar dentro de distintos ámbitos y disciplinas. Lo mismo se puede hablar de artes plásticas, artes visuales, escénicas, entre otros, sin

mencionar la propia definición del arte que se aleja de la clásica idea de belleza y busca provocar otro tipo de emociones.

Meggs (2009) hace referencia al año de 1922, cuando se utilizó por primera vez el término diseño gráfico, en un ensayo escrito para el *Boston Evening Transcript*, según este autor, William Addison lo definía como la actuación del hombre que estructuraba visualmente las formas de comunicación impresa. Esta definición remplazaría, años después de la Segunda Guerra Mundial, los conceptos de arte gráfico, arte comercial y arte tipográfico.

Cabe resaltar que tanto el diseño gráfico como el arte, en cierto modo centra su enfoque en los aspectos estéticos y formalistas. Perspectivas que se nutren mediante el trabajo, la observación y el cuidado de aspectos estéticos y de la forma.

Si bien es verdad que la amplitud de la palabra arte nos lleva a diversos aspectos y escenarios sobre su aplicación, es claro que los aspectos antes mencionados se relacionan totalmente en función del diseño gráfico.

Por otro lado, está el común denominador de que tanto el arte como el diseño gráfico trabajan con diferentes miradas y conocimientos para la elaboración de un producto.

Meggs (2009) mediante su recorrido histórico por el diseño gráfico, da pie al estrecho vínculo que mantenía el diseño gráfico desde sus inicios con el arte, fundamentalmente el arte de vanguardia, desde movimientos como el *Arts and Crafts* y el tan mencionado *Art Nouveau*. De tal manera que mediante la vinculación entre el arte y las primeras experiencias gráficas sobre carteles y afiches, a través de las experiencias de los diversos movimientos de renovación estética, se generaron las condiciones que posibilitaron la aparición en el diseño gráfico y sus diversas manifestaciones.

En primer lugar, al hablar del *Art and Craft* es fundamental exponer a Morris, quién fungió como un referente de este movimiento a través de la elaboración de piezas y objetos mediante la aplicación del diseño. Estos objetos, que cuestionaban la tosca producción industrial y la producción en serie, se caracterizaron por la exquisita factura y la utilización de ornamentos, brindando valores estéticos a objetos de uso cotidiano mediante la conjugación del diseño y

el arte.

Surgido en la Inglaterra de la revolución industrial, el movimiento *Arts and Crafts* (o artes y oficios en español), se apoyaba en el artesanado y la destreza manual, valorando el sentido de las llamadas *artes aplicadas* o artes menores, que dieron origen al diseño. Un ejemplo de esto es la gráfica de los pintores prerrafaelitas que preanuncia el simbolismo.

Posteriormente, el *Art Nouveau* fue un estilo que se desarrolló en Europa a principios de siglo XX, en el cual convivían el arte, el diseño, la arquitectura, la moda, el diseño de muebles entre otra serie de actividades que fueron revalorizadas (Meggs, 2009). Mismas que rodearon a los escenarios de elaboración de productos y objetos hechos por el hombre, como las vajillas, los carteles y panfletos, la arquitectura de las casas, entre otros.

Para Meggs (2009), degradar al *Art Nouveau* como una decoración superficial es ignorar la importancia de su papel en la evolución de todos los aspectos del diseño. El *Art Nouveau* es el estilo transicional que evolucionó a partir del historicismo y el eclecticismo que dominó al arte de la mayor parte del siglo XIX. Al remplazar al historicismo, que usaba de manera acrítica las formas y estilos pasados, en vez de la invención de formas nuevas para expresar el presente, el *Art Nouveau* se convirtió en la fase preparatoria del Movimiento Moderno en arquitectura, y allanó el camino para las vanguardias estéticas del siglo XX.

Por tal motivo, se debe señalar la importancia del *Art Nouveau*, como una de las influencias y movimientos fundamentales en el desarrollo de la arquitectura, el diseño industrial y obviamente el diseño gráfico.

Los movimientos de la línea, el empleo del color, la revalorización del plano y la textura insertados a través de la decoración y el ornamento fueron algunas de las características principales del *Art Nouveau*.

De ello se sigue, que se desarrollaron nuevos principios dentro del diseño que estructuraron y fundamentaron la conjunción de la decoración añadida, la comprensión de la estructura y la función. El nacimiento, vida y muerte, el crecimiento y decaimiento, y la naturaleza se convirtieron en temas a considerar. La complejidad de esa época y su movimiento han permitido interpretaciones contradictorias e incompletas: debido a su decoración algunos observadores

consideran al *Art Nouveau* como una expresión de la decadencia del siglo XIX; otros, sin embargo, debido a la búsqueda del *Art Nouveau* de valores estéticos y espirituales, su carácter local y el rechazo a lo internacional, lo consideran como una reacción contra la decadencia y materialismo de una época de enormes transformaciones.

Es por ello que, en ese entonces, los diseñadores gráficos, ilustradores y cartelistas buscaban que la elaboración de piezas de las llamadas artes menores, objetos de uso cotidiano, formara parte de la vida en sociedad.

La aparición de escuelas de Artes y Oficios y Escuelas de Arte Decorativas, habían logrado formar a un conjunto de artesanos hábiles, educados en las formas del arte y nuevos métodos desarrollados principalmente por consideraciones estéticas. Al mismo tiempo, estos artesanos adoptaron entusiastamente las técnicas del arte aplicado que habían evolucionado con el desarrollo de los procesos de impresión comercial. Como resultado, pudieron mejorar en forma significativa la calidad visual de las comunicaciones en masa. La difusión de la estética del *Art Nouveau* se aceleró por los avances en la tecnología de transportación y comunicaciones.

Otro hito en la concepción artística del diseño gráfico fue el que se desarrolló en las etapas iniciales de la Bauhaus, la primera signada por el expresionismo y la segunda por el formalismo (Herzogenrath, 2019). En el período expresionista, liderado por Itten, los estudiantes exploraban sobre distintas técnicas de contraste, destacando el papel del sentimiento y la sensibilidad. En el período formalista, es clara la influencia del movimiento neplasticista y el constructivismo ruso, y se destaca la presencia de Kandisky, Klee y Moholy-Nagy. Este último realiza diversos estudios sobre tipografía y fotografía (Megg, 1985), esbozando además una teoría del arte (Wick, 1993). Es importante además destacar que la enseñanza giraba en torno a la forma abstracta y el dibujo analítico, en una época donde no estaban definidos los límites entre el arte de vanguardia y el diseño.

Por tanto, aparecen obvias las relaciones entre una y otra en el catálogo de la exposición organizada en 2012 por la Fundación Juan March denominada “La vanguardia aplicada: tipografía y diseño gráfico”, puesto que dichas vanguardias

contribuyeron a construir la autonomía del arte tanto como a integrarlo a todas esferas de la vida desde el ideal de lo nuevo.

Con respecto al vínculo que las vanguardias artísticas tienen con el diseño, Acha (2009) comenta como la creatividad, el carácter irruptivo o provocativo de la propuesta, la abstracción, la morfología y el uso de la geometría, así como el refuerzo de teorías estéticas basadas en el puro visualismo.

Inicialmente, este mismo autor, define a las artes como productos socioculturales, exponiendo que las éstas se conforman de procesos que surgen para satisfacer las necesidades estéticas de occidente y se desarrollan como prolongaciones de los procesos artesanales de tipo gremial.

Las artes, por consiguiente, no nacen para remplazar simplemente a las artesanías; en realidad, éstas traen en su interior un germen de las artes que se perfilan y evolucionan a instancias de los intereses occidentales, Por lo tanto resulta inapropiado afirmar que las artes desalojan a las artesanías, aunque sí es posible señalar que los artistas desalojan a los artesanos (Acha 2009, p. 60).

En relación al diseño, Acha (2009) comenta que al igual que las artes y las artesanías, se desarrolla como una rama del trabajo estético. Mismo que pasó a cobrar mayor relevancia en función de la cultura estética desarrollada en occidente, en donde los objetos elaborados de manera industrial requerían de una mejor estética para su aceptación y consumo dentro de la sociedad.

De ello se sigue que el diseño y su vínculo con las artes, conforman una actividad con un rol preponderante dentro del plano sociocultural de la vida de las personas. “En consecuencia, los diseños, son prolongaciones de los procesos de las artes pero con una nueva dirección; dicho de otro modo, las artes traen consigo los gérmenes de los diseños” (p. 60).

Sin embargo, señala que los productos de diseño generalmente pertenecen al comercio y al mercado. Mientras que los productos meramente artísticos, se mantienen con un distanciamiento social en base a lo comercial.

Entendiendo que el perfil del diseñador conlleva a la solución de problemas a ciertas causas mayormente en el plano social

Acha (2009) expone que debido a la diversidad en cuanto a las diferentes manifestaciones del diseño, resulta complicado establecer una definición del

diseño. Sin embargo define el diseño como una actividad proyectiva en donde se conjugan diversos recursos estéticos en los productos de la industria. De igual forma argumenta respecto a lo poco que se conoce de los efectos estéticos de los diseños, ya que no se cuenta con una concepción realista sobre las dimensiones estéticas de lo gráfico en relación con lo artístico, limitándonos básicamente al gusto.

En relación al diseño gráfico y el arte, Bartolomei (2006) en su trabajo, *diseño gráfico frente al espejo*, afirma lo siguiente:

El conocimiento integrador y desprejuiciado de las concepciones contemporáneas de arte, junto al conocimiento de los campos perceptuales y técnicos, familiarizan al diseñador con una riqueza de contenidos de orden intelectual, fáctico y sensible que no pueden soslayarse en su práctica. Esto supone a su vez, para el diseñador, el reconocimiento de áreas diferenciadas fundamentalmente por las funciones pertinentes a cada campo.

En la tarea de elucidar pertinencias y diferencias entre los campos disciplinares que nos ocupan, es clave el patrón proyectual admitido en la formulación de la obra plástica y que emparenta, sin dudas, a las disciplinas gráficas con las artísticas respecto de sus procesos (p. 34).

Se considera que si bien la presente investigación no busca establecer una concepción única del diseño gráfico es importante plantear los diversos escenarios en los cuales el diseño gráfico se presenta visto desde diversas perspectivas. En el caso del diseño gráfico como arte lo que presentan las diversas teorías que lo argumentan como tal, se basa en un *habitus* del diseñador que centra el hacer en lo visual y lo estético. Considerando que el diseño gráfico generalmente se centra en una audiencia más específica y determinada, en contraparte con el arte que deja su producto o artefacto visual a manos de las distintas interpretaciones y concepciones del público.

Así como el diseño se inmiscuye en campos propios del arte, el arte también lo hace en espacios propios del diseño. Por eso intentar separarlos a toda costa como si fueran dos entes completamente diferentes es en vano. Lo más enriquecedor de esto es la posibilidad de aprendizaje que puede lograrse entre una disciplina y la otra.

Sin embargo, autores como Frascara (1996) aluden hacia cómo mediante la influencia del constructivismo el diseño gráfico se nutrió de una concepción

artística, estética y con gran atención en las formas, pero esto fue en detrimento de sus cualidades gráficas. Convengamos que resulta poco menos que injusto responsabilizar a una corriente artística de aquello que se haga, en otros campos, con sus aportes. Como emergentes –en relaciones de consenso o disenso– de una sociedad y una cultura determinadas, los movimientos estéticos concentran mucho más que prescripciones formales, y cualquier reapropiación de sus *lenguajes* en contextos distintos supone tanto una pérdida como una resignificación.

Por su parte Helfand (2011) sostiene que:

El diseño gráfico es la más ubicua de todas las artes. Responde a necesidades personales y públicas, parte de referencias tanto económicas como ergonómicas y está formada por muchas disciplinas, incluyendo al arte y la arquitectura, la filosofía y la ética, la literatura y el lenguaje, la ciencia, la política y el performance. El diseño gráfico está en todas partes, vinculándose a todo lo que hacemos, todo lo que vemos, todo lo que compramos: lo vemos en aparadores o en las biblias, en un recibo de taxi y en sitios web, en certificados de nacimiento y en una tarjeta de regalo, en el pliegue circular de una aspirina y las páginas de libros infantiles de pastas gruesas.

Diseño gráfico es la evidencia de una flecha indicativa en las señales de tránsito o su falta de claridad, la tipografía frenética en la transmisión del título para la Reina Elizabeth. En el verde brillante de los logotipos de NY y la primera página monocromática del *Wall Street Journal*. Son los expositores de ropas en tiendas, sellos de correos y embalajes de comidas, carteles de propaganda fascista y correspondencia sin valor.

Diseño gráfico es la compleja combinación de palabras e imágenes, números y gráficos, fotografías e ilustraciones que, para tener éxito, demandan la elaboración por parte de un individuo que cuidadosamente combina estos elementos para formar algo distinto, útil, divertido, sorprendente, subversivo o memorable.

Diseño gráfico es un arte popular y práctico, un arte aplicado y uno antiguo. De una forma simple, es el arte de la visualización de ideas⁴.

Cabe señalar que el presente estudio no busca generar un debate o señalar si existe una concepción o categorización correcta sobre el diseño gráfico. Por el contrario, se busca tener un mayor argumento sobre las razones y los hechos que respaldan teóricamente a los diversos enfoques de la disciplina. Es obvio que estas distintas concepciones se correlacionan en algún punto en común, en el caso del diseño gráfico y el arte, existen puntos en común entre

⁴ Helfand, J. (2011). *What is graphic design*. Traducción propia.

ambos, que deben de aprovecharse en función de la enseñanza en los talleres de diseño más allá de sentarse a debatir sobre como el debe ser concebido.

Bartolomei (2006) comenta al respecto sobre si es posible ahora si esta facultad que caracterizaría al diseño en sus distintas ramificaciones no estaría ya prefigurada en las disciplinas artísticas, que han demandado y siguen demandando frecuentemente, una serie de operaciones previas a la materialización de sus obras, las cuales, sin duda, se comprenden también en la acepción general del vocablo proyecto. Pero, más allá de esa evidencia, son las condiciones actuales del ejercicio de la actividad artística las que la acercan a la concepción más restringida del término. Planificar, buscar, seleccionar, descartar, evaluar costos, emplazamientos, posibilidades tecnológicas, tercerización eventual de la construcción, toma de decisiones, hoy por hoy se constituyen en acciones inherentes a la actividad artística además de ser procedimientos afines al diseño, estableciéndose así una empatía, no una identidad.

Coincide Manzini (1996) al sostener que el que proyecta y produce “está más directamente implicado en el «hacer»” en un mundo donde reina la artificialidad de los hechos cotidianos (p. 72).

Se puede entonces señalar que este enfoque del diseño gráfico, sustentado en su raíz artística, destaca el carácter del diseñador como productor de piezas visuales y para ello su formación requerirá de un aprendizaje similar al del artista, donde la habilidad, la sensibilidad, la intuición y la creatividad sean las virtudes a alcanzar, a los que se suma, en nuestra época, la competencia en el manejo de las nuevas tecnologías de ideación y materialización. Es así que se tendrán en cuenta los aspectos formales de cada producto elaborado: su morfología, geometría, estructura compositiva, empleo del color, texturas y materialidad

1.6.2.2. El Diseño gráfico informativo y persuasivo dentro de la comunicación

Ledesma (1997) detalla la evolución de los distintos medios o canales de la comunicación, desde la escritura, la imprenta, el telégrafo y la fotografía, para concluir que el diseño gráfico “es un tipo de comunicación que apela al canal

visual a través de medios que establecen una distancia entre emisor y receptor y cuyo carácter es colectivo” (p. 46).

Hablar del diseño gráfico como comunicación, es entablar un discurso con elementos como la información y la persuasión. Para Chaves (1988), dentro del proceso de comunicación se genera la interacción de la cultura, mediante códigos, estilos, valores, entre otros. Los cuales, a su forma de ver, pocas veces son compartidos de manera eficaz por los actores que forman parte del proceso de comunicación.

De tal manera que el diseño gráfico se conforma de un elenco que en la mayoría de las ocasiones es difícil armonizar; el cliente, el diseñador gráfico, el usuario final, los proveedores, entre otros. Por consiguiente el diseñador gráfico es el protagonista fundamental dentro de la articulación de los diferentes actores que forman parte de ese proceso de comunicación, mediante la correcta implementación y aplicación de determinadas acciones, para la configuración de un mensaje a través de la interpretación y la abstracción de las necesidades de los involucrados, dentro del problema de comunicación. Situando esto último como algo muy común dentro de las problemáticas a resolver en el día a día del diseñador gráfico.

De modo que en este enfoque la cuestiones comunicativas implican la integración se una serie compleja de saberes ligados a la Semiótica, la Lingüística, la Teoría de la Comunicación y la Retórica, disciplinas que contribuyen a la definición de un mensaje al carácter persuasivo del mismo.

Chaves (1988) entonces afirma que: “Toda actividad pública pensada como oferta y, por lo tanto, modelada por el marketing, queda contagiada por la compulsión a la venta. Los virus de ese contagio son las retóricas dominantes de la persuasión de masas” (p. 155).

respecto del diseño persuasivo o para la persuasión, Frascara (2012) menciona lo siguiente:

El diseño persuasivo es el destinado a influir en la conducta del público, e incluye tres líneas fundamentales: publicidad (comercial y no-comercial); propaganda (política o ideológica); y comunicaciones de interés social, salud, higiene, seguridad, prevención de accidentes, etcétera (p. 130).

En este punto, la persuasión dentro de la actividad del diseño gráfico busca generar un cambio en los patrones sociales de los individuos.

Para Ledesma (2003) la introducción del diseño en el plano comercial y económico generó una aceptación respecto a la inclusión del término *comunicación* dentro de la labor del diseño gráfico, que se debió, entre otros factores, al reconocimiento de las demandas comunicacionales que exigía la vida cotidiana y el mundo productivo.

Es importante mencionar que al igual que la noción de diseño, la noción de comunicación exige un análisis histórico que reconstruye las diferencias del marco conceptual más amplio. La historicidad de los distintos conceptos, integra una serie con las condiciones en que se pensaron sus posibilidades y límites. No se hará aquí el desarrollo completo de esa historicidad y se remite al trabajo en el que Matterlard (1995), ha marcado el devenir de una noción que se inicia con los medios de transporte para la estructuración del espacio nacional, atraviesa los medios de estructuración del espacio mundial, incluye los modos de captación de audiencias a través de la palabra como del espectáculo y concluye con la comunicación mediática y cibernética.

Ledesma (2003) expone como las primeras investigaciones sobre las comunicaciones en masa, se realizaron dentro del campo de la Sociología en Norteamérica, centrándose en aspectos económicos y políticos. Posteriormente, en la década de los sesenta surge el interés por las investigaciones de las comunicaciones en el continente europeo, ligado al auge de la Semiótica y el Estructuralismo. De ello resulta que escuelas como la Ulm incorporara dentro de sus contenidos la enseñanza de la comunicación visual, así como teorías encaminadas a la Percepción visual, el Lenguaje visual, la Semiótica, entre otras.

La secuencia anterior impactó y generó grandes repercusiones dentro del campo de diseño gráfico, en el sentido que empezó a interpretarse la relación entre comunicación visual y diseño gráfico como parte de una trama estructurante del mensaje. Con esta postura, que diferencia la *significación* propia del arte de la *comunicación* como característica del diseño, se empieza a construir un límite entre la anterior borrosa frontera, la comunicación visual y el arte.

Hablar del diseño gráfico como comunicación, conlleva a remontarse en la historia del diseño en sí, y sus diversas transformaciones, desde las perspectivas

de la sociedad y la disciplina. El diseñador es un profesional de reciente definición en lo que se refiere a su preparación, su actividad y sus objetivos. En ese sentido Frascara (2012) comenta que:

La percepción del diseñador de comunicación visual como diferente del artista se desarrolló en los comienzos del siglo veinte, y continúa cambiando desde entonces. La concepción de la profesión y su metodología tal como aparece presentada en este libro, es un fenómeno cuyas raíces datan de los últimos cincuenta años, en los que la idea del diseño como arte hizo lugar a un creciente interés en los problemas de la comunicación, que van desde la psicología cognitiva hasta el *marketing* (p. 33).

Antedicho, la concepción del diseño gráfico ha resultado un tema polémico respecto a su significado o definición, ya sea el diseño gráfico visto desde el enfoque de las artes, de la comunicación, o bien, vinculado a las prácticas sociales de hoy en día, que es a su vez interpelado por una mirada interdisciplinar y los nuevos perfiles del diseñador gráfico. Probablemente todos los enfoques mencionados, tienen como común denominador la comunicación de un mensaje, de ello la importancia del diseño gráfico como comunicación.

Cabe señalar que la concepción general, según Miller (1968), de la comunicación, podría definirse como el proceso que fundamenta la existencia, el progreso, los cambios y el comportamiento de todos los sistemas vivos. Entendiendo a la comunicación como una función indispensable de las personas y las organizaciones, mediante la cual las organizaciones se relacionan consigo mismo y con su ambiente.

Ahora bien, si se analizan conceptos planteados por diferentes autores, se encuentra al diseño gráfico, como una actividad que soluciona problemas y combina la sensibilidad visual con habilidades y conocimientos en áreas de comunicación, tecnología y negocios (ICOGRADA, 2013).

Asimismo, en este punto del diseño gráfico como comunicación, es considerado oportuno, consignar el aporte de Frascara (2012) respecto a las áreas que cubre el diseño dentro del campo de la comunicación

La clasificación aquí presentada, se basa en la noción de que cada una de esas áreas requiere una preparación y un talento especial y, en ciertos casos, también un asesoramiento también especial, de acuerdo con el nivel de

complejidad del proyecto en cuestión. Esta preparación requiere del auxilio de diversas disciplinas que deben estar presentes en la formación del diseñador.

Las áreas propuestas son:

- Diseño para información
- Diseño para persuasión
- Diseño para educación
- Diseño para administración.

Como ha sido citado, Frascara (2012) define al diseño como una actividad de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales, y destinadas a transmitir mensajes específicos a públicos determinados.

Para este mismo autor, el diseño de comunicación visual es una ciencia social, un arte, una tecnología y un oficio. Es ciencia social porque siempre está dirigido a la gente, y la psicología, la sociología y la antropología tienen mucho que ofrecer a la concepción de comunicaciones eficaces. Es arte porque trabaja con formas y requiere conocimiento y sensibilidad hacia los lenguajes visuales de diferentes lugares y de su gente. Es tecnología porque siempre se lo produce por medios industriales. Y es oficio porque las tecnologías utilizadas requieren un conocimiento íntimo para que rindan al mejor nivel.

De igual forma señala que una de las características esenciales del diseñador, dentro de la comunicación visual es el manejo de contexto y la atención al entorno, específicamente los problemas que esquematiza según los siguientes niveles: efecto, comunicación, forma, economía, tecnología y logística. El efecto es el objetivo fundamental de todo proyecto de comunicación. Todo proyecto surge de la intención de cambiar una realidad existente en otra deseada. Vender más, enseñar a leer, y reducir los accidentes de trabajo son ejemplos de los objetivos fundamentales de todo esfuerzo comunicacional.

Belluccia (2007), en *El diseño gráfico y su enseñanza*, argumenta que el diseño gráfico se especializa en códigos de comunicación; por lo tanto, el buen diseñador debe saber que todo código se basa en convenciones previas al

mensaje. Por consiguiente, la concepción del diseño gráfico debe enfocarse en la comunicación y el mensaje, en vez de la creación de objetos y formas visuales.

El mismo Belluccia en un cortometraje realizado por Franco Monti (2012), titulado “*¿Qué es el diseño gráfico?*”, previo a la definición específica de diseño gráfico, expone una serie de conceptos y el hacer a través del diseño; concibiendo a dicha disciplina como una actividad técnica, creativa y analítica, mediante la cual se busca determinar la característica final de un objeto:

El diseño gráfico en particular es la actividad que tiene el objetivo de determinar las condiciones, características de un mensaje; una web, un logotipo, un afiche, un sistema de señalización. Para que cumplan con una serie de funciones, simbólicas, persuasivas, informativas, estilísticas, etc., que han sido acordadas previamente entre el diseñador y quien le encarga el trabajo, su cliente.

Mazzeo (2014) menciona que estos diferentes modos de concebir la disciplina aluden al objeto y su razón de ser. La primera concepción independiza a uno de otra, centrando su propuesta en el objeto, en tanto la segunda y la tercera entienden el objeto como consecuencia de su razón de ser: “Así, en un caso, el diseño gráfico da forma a una pieza de comunicación visual; en otro construye discurso y en otro resuelve un problema de comunicación por medio de la realización de una pieza gráfica” (p. 224).

Autores, como Frascara (2008), hablan del diseño gráfico en función de la comunicación, tomando en cuenta que se ocupa de la construcción de mensajes, cuya objetivo es el influir en el comportamiento de las personas. Y menciona que:

...una comunicación llega a existir porque alguien quiere transformar una realidad existente en una realidad deseada. El diseñador es responsable por el desarrollo de una estrategia comunicacional, por la creación de los elementos visuales para implementarla y por contribuir a la identificación y a la creación de otras acciones de apoyo destinadas a alcanzar los objetivo (p. 23).

Por su parte Belluccia (2007), comenta que el estudiante de diseño actualmente se capacita sin contar con un contexto real. Dicho lo anterior, la generación de egresados en las universidades, tienden a presentar profesionales

con un desconocimiento de los patrones y conductas del mercado real al que se enfrentarán como diseñadores.

Bellucia (2007) propone que la enseñanza del diseño gráfico ponga en contexto las necesidades reales de la vida cotidiana como eje de sus propuestas educativas, ya que el oficio esencial del diseñador es la configuración de mensajes y considera que: “El buen diseñador gráfico es un especialista en los códigos de la comunicación. El buen diseñador sabe que todo código se basa en acuerdos y convenciones previos al mensaje” (p. 69).

Finalmente, es importante entender que el diseñador gráfico como comunicador se sitúa en la elaboración de códigos e interpretaciones para la comunicación de un mensaje, generalmente visual. Frascara (2012), ejemplifica a un diseñador de textos, quién no solamente se encarga del manejo y el ordenamiento de las fuentes tipográficas, más bien su esfuerzo lo enfoca en el ordenamiento de las palabras, mismas que mediante la estética, la planificación, la armonía y el equilibrio de la composición se debe lograr el objetivo primordial de comunicar un mensaje.

Es interesante notar que este enfoque que nació, como ya hemos dicho, a partir del perfeccionamiento de las tecnologías de la comunicación, se fue nutriendo de conceptos y miradas típicas de la Semiótica y la Lingüística. Código, significado, interpretación, información y redundancia son términos que aparecen con frecuencia (Frascara, 2012).

Ligado a estos enfoques aparecen las investigaciones de Barthes (1986) sobre la retórica de la imagen y la reflexión sobre la denotación y connotación de la misma. A estas disciplinas se les suman cuestiones ligadas a la percepción de la imagen visual y al pensamiento visual no lejanas a la escuela de la Gestalt. (Dondis, 1995; Arnheim, 1986), y considerando la cuestión de los códigos también aparece las dimensiones psicológicas, antropológicas y sociológicas de los mismos (Eco, 1986).

Iuvano (2007) sostiene que el primero que recuperó la clásica retórica y la incorporó a los estudios de la imagen fue Maldonado en Ulm en 1956, luego otros lo siguieron: Barthes, Eco, Moles. La retórica se constituye hoy en día, ya alejada de las definiciones antiguas, como una disciplina transversal a muchas otras (lingüística, política, derecho, educación, publicidad), que se ocupa de estudiar los

discursos persuasivos o estéticos, dejando de lado los aspectos meramente informativos o *literales*, dando paso entonces a las múltiples significaciones que todo mensaje tiene. De modo que, si el enfoque artístico daba cuenta de los aspectos significantes o formales del diseño gráfico, entenderlo como comunicación abre el juego para estudiar sus significados.

La eficacia de la comunicación dependerá entonces, de cómo son estructurados estos significados para facilitar la comunicación. Iuvano (2007) señala entonces que:

La retórica, en su sentido primitivo –argumentar para persuadir– ha perdido vigencia, pero resurge desde una nueva perspectiva, la estilística, que tiene como fin potenciar al mensaje, abrirlo a múltiples significados y sugerencias. Hace prevalecer relaciones inesperadas entre los signos, el uso selectivo de los mismos y el empleo de algunos recursos de la lengua literaria (metáforas, animaciones, metonimias, sinécdoques, etc.). Estos recursos reciben el nombre de «figuras retóricas» y en ellas se enfrentan dos niveles del lenguaje, el propio y el figurado; la figura es la que posibilita el tránsito de uno a otro (p. 3).

Algunos de estos saberes constituyen, en las palabras de Chaves (2015), teorías analíticas del diseño en el sentido que “*Ninguna de ellas nos servirá para diseñar. Solo nos servirán para comprender el diseño y su contexto. Servicio nada despreciable*”, otras son teorías instrumentales que son más que nada sistematizaciones de conocimientos empíricos o derivaciones de otras teorías.

El diseño gráfico como comunicación presupone un enfoque que se puede enseñar, no solo una habilidad adquirida, puesto que implica una dimensión intelectual.

1.6.2.3 Diseño gráfico vinculado a las problemáticas sociales

En los últimos años el papel del diseño gráfico en la sociedad y su papel activo como una práctica, con un aporte a la solución de los problemas de la vida cotidiana, se ha vuelto esencial en el desarrollo profesional de la disciplina. Del mismo modo, los productos y trabajos elaborados mediante el diseño gráfico tienden a influir en el comportamiento de la sociedad en donde se desarrollan. Desde una mirada política o cultural puede ser entonces una campaña

publicitaria, un mensaje dirigido al público cuya finalidad es la introducción y penetración en la mente de los receptores.

Antes bien, si se pretende definir al diseño gráfico como una práctica que afecta a la sociedad, es necesario tomar en cuenta el entorno sociocultural en el cual se desarrolla esta práctica, las demandas o requerimientos que se le exigen que satisfaga, los productos o soluciones que se esperan y los modos, tiempos y espacios que resulten de la aplicación del diseño gráfico.

Se podría decir que habitualmente se define como *práctica social*, a toda actividad que los individuos realizan como miembros de dicha sociedad que, a su vez, resulta significativa en los términos establecidos. Entendiendo que lo anterior se genera dentro de las normas y el *habitus* de la sociedad en un campo determinado. “*Algunas perspectivas conceden a la práctica social el poder de generar organizaciones sociales y otras buscan relacionarlas con las representaciones sociales y por tanto dan el poder a los acuerdos sociales fundamentalmente simbólicos*” (Murcia, Jaimes y Gómez, 2016, p. 258).

Según Bourdieu (1992) las prácticas sociales se desarrollan con base en que:

el *habitus* demanda ser comprendido como una gramática generadora de prácticas acordes a las estructuras objetivas de las que es producto; la circularidad que preside su formación da cuenta, por una parte, de la producción de regularidades objetivas de comportamiento y, por otra, de la modalidad de las prácticas que descansan sobre la improvisación y no sobre una ejecución de reglas (p. 44).

De forma similar, Castoriadis (2007) asume que desde las significaciones imaginarias las instituciones definen sus acuerdos funcionales, esto es, esas dinámicas instrumentales que guiarán las acciones e interacciones de las personas que pertenecen a dicha institución y desde las cuales se definen también los dispositivos para que dichas funciones se puedan llevar a cabo. Por consiguiente para este autor, las prácticas sociales básicamente consisten en la construcción de creencias o imaginarios sociales, es decir, el establecimiento de ciertos factores como las motivaciones, creencias, valores, entre otros, mediante

los cuales se genera un compromiso o un determinado comportamiento para determinada sociedad.

Por su parte, Murcia et al. (2016) sostiene que la práctica social es el reconocimiento de todo aquello que el ser humano desarrolla no desligado de un conjunto de representaciones sociales que, a su vez determinan la conveniencia o legitimidad de las acciones e interacciones humanas. Por tanto, una práctica social no puede reducirse a una actividad, pues ella no es más que el producto realizativo de un cúmulo de convicciones, motivaciones y creencias que la orientan.

Bartolomei (2006) menciona que el trabajo del diseño gráfico, como el de la publicidad o las comunicaciones sociales en general, es el de *mediar* entre dos instancias –la *fuentes* del mensaje, generalmente una organización determinada, y el *destino*, el público-objetivo o los consumidores–; el diseñador sería así el profesional capaz de *encodificar* adecuadamente los contenidos que desean transmitirse –una “identidad”, una “imagen”, un conjunto de atributos, etcétera.– a través de un proceso en el que hace uso de lenguajes –símbolos gráficos–, medios y técnicas que definen también su especialidad.

Es por ello que. el Diseño Gráfico surge y se concibe a sí mismo como un engranaje de la sociedad industrial y, con el devenir de los tiempos y de la división internacional del trabajo, de la postindustrial o de servicios.

Autores como Mazzeo (2014), plantean una serie de interrogantes sobre el diseño gráfico como práctica social y su rol en la sociedad. Las respuestas a estas preguntas dan cuenta de cómo se concibe la disciplina en lo que respecta a constituirse como práctica social.

En este mismo sentido, Ledesma (1997) señala que el Diseño Gráfico no es solo “*uno de los mecanismos que dispone la cultura para procesar y comunicar información*” sino, asimismo, “*el diseño gráfico opera como un factor de institucionalización que abarca el sistema general de los comportamientos sociales*” (p. 55). Puesto que el diseño gráfico regula los comportamientos en función de ciertas necesidades, siendo que las reglas identifican, informan o sugieren.

Frascara propone al diseño gráfico como un detonante en cuanto a la capacidad de solución de los problemas sociales y menciona: “*Ciertamente, por sí*

mismo no puede erradicar el crimen, la toxicomanía, los accidentes viales o la discriminación racial; sin embargo, como parte de estrategias coordinadas, puede contribuir de manera significativa a la reducción de la intensidad de estos problemas” (Frascara, 2004, p. 15). Asimismo, expone cómo el diseño gráfico o diseño de comunicación visual, en su carácter persuasivo-directivo, construye mensajes mediante los cuales influye en las conductas y el pensamiento de la gente. En virtud de lo anterior se puede construir una definición del diseño gráfico como una práctica social con una aplicación directa en la sociedad y el entorno en el que se desarrollan las personas, donde a través de la interacción entre el diseño y sociedad se generan resultados cuya finalidad es el mejoramiento de la calidad de vida.

Por esto Frascara sostiene (2018): “El diseño se centra en el usuario, y ayuda a transformar situaciones existentes en situaciones mejores. (No se centra en la relación de comunicaciones, objetos, servicios o lo que sea; éstos son los medios usados para alcanzar los objetivos deseados” (p. 9).

Por otro lado, en consonancia con lo comentado por autores como Frascara, Ledesma y Pelta, es importante la aportación de Manzini (2015) quien comenta sobre la influencia del diseño en la sociedad y cómo esto afecta el comportamiento y las actitudes de las personas. Si bien es cierto que no se puede diseñar el comportamiento y la conducta de los individuos, es mediante el diseño que se pueden lograr condiciones que propicien un cambio en las formas del pensamiento y del comportamiento de la gente.

El diseño gráfico, a través de sus diversas manifestaciones genera una práctica social que influye y llega a modificar la conducta de las personas en el entorno donde se desarrollan, desde las señales de tránsito y la señalética que facilitan el camino a un punto en general, hasta los mensajes plasmados en las campañas publicitarias para generar conciencia sobre un tema o tópico en especial.

Frascara (2012) en una nueva versión corregida de su libro *Diseño gráfico y comunicación*, titulado el *Diseño de comunicación*, analiza al diseño desde diversos enfoques: entre los cuales se destaca el diseño persuasivo que busca la influencia sobre la conducta de los individuos dentro de la sociedad, tomando como elementos fundamentales a la publicidad y la comunicación de interés

social. De ello se dependen actividades del diseño con intervención en la, salud, la seguridad y las campañas preventivas sobre determinado problema.

Posteriormente tenemos a la publicidad comercial. En ella el diseño gráfico aporta a los medios mediante los cuales se comercializa un producto para su consumo. Para alcanzar los objetivos planteados este enfoque requiere de conocimiento sobre mercadotecnia e investigación sobre los escenarios económicos y sociales, así como todo lo referente a los deseos, impulsos y motivaciones de compra en el usuario.

Para Frascara (2012), el diseñador gráfico se concibe como la persona que desarrolla visualmente las piezas necesarias para el mercado en función de los expertos de mercadotecnia y comercialización.

El diseñador debe ser flexible, permanecer alerta y estar preparado para incorporar cambios e integrar nuevos elementos cuando las circunstancias lo requieren, sin comprometer la calidad del diseño. En la mayoría de los casos, el diseñador en este campo trabaja con poco texto y con mensajes de alto impacto visual, aunque la importancia relativa texto-imagen varía de año a año y de producto a producto (Frascara, 2012, p. 131).

Autores como Ledesma sitúan al diseño gráfico como una práctica social y cultural, en donde el objetivo es la acción de comunicar. Para ella el diseño gráfico:

Es una voz pública, presta su decir a políticos, religiosos, empresarios, educadores. Es una voz que circula por distintos medios: en la calle, en los vehículos, en las revistas, en los diarios, en la TV, en internet. Casi todo territorio de la visibilidad contemplada tiene un lugar para el diseño gráfico (Ledesma, 2003, p. 9).

Es un hecho que el diseño gráfico se manifiesta en las necesidades de la vida cotidiana, en especial, en aspectos visuales de la comunicación. Se entiende entonces que, el diseño gráfico mediante su aplicación, facilita la vida del ser humano, desde las instrucciones de uso de un producto mediante gráficos y elementos que ayuden a su consumo, la ubicación de una persona en un espacio determinado a través de los signos y señales, o simplemente la persuasión,

política, social o cultural de una forma de pensar de un público determinado con la implementación de piezas de comunicación visual.

Al respecto, Frascara (2004) propone el diseño de comunicación visual como un medio fundamental para solucionar y atender los problemas de carácter social. Por consiguiente, y basados en su concepción sobre la disciplina, el diseño gráfico a través de sus estrategias, puede ayudar a prevenir accidentes viales, discriminación, entre otros. El mencionado autor, define al diseño gráfico como la construcción de mensajes visuales con el propósito de afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente.

Al mismo tiempo reflexiona sobre si se concibe al diseño totalmente orientado hacia la acción, y si vemos a la acción como una intervención activa y como un cambio creador.

Así, el diseño ya no se enfocará solamente en el objeto como una forma. Por el contrario, los diseñadores se preocuparán por el desarrollo y el modelado de procesos: procesos de interacción y cambio, en los que los objetos desempeñen un papel central indiscutible como medios para la acción. Visto así, el diseño se relaciona con la totalidad del espectro físico e intelectual de la interacción humana, de la interacción entre la gente, los productos y el mundo vívido; y de la interacción entre productos, en otras palabras, entre aparatos (Frascara, 2004, p. 221).

Para redefinir el concepto del diseño se necesita situarlo en nuevos marcos teóricos que se construyan a través del estudio de sus relaciones y efectos en la sociedad actual, así como el alto impacto que en él genera el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación.

Ledesma (2003), propone en su libro *El diseño gráfico, una voz pública*, una reflexión crítica sobre cómo el diseño gráfico puede aportar un mejoramiento en cuanto a la calidad de vida a la sociedad y menciona que toda práctica cultural es una práctica significativa que tiene, entre otras características, la voluntad explícita de comunicar.

Es una voz pública, presta su decir a políticos, religiosos, empresarios, educadores. Es una voz que circula por distintos medios: en la calle, en los vehículos, en las revistas, en los diarios, en la TV, en internet. Casi todo territorio de la visibilidad contemplada tiene un lugar para el diseño gráfico.

En consonancia con lo anterior, es interesante la aportación de Pelta (2004), en su trabajo *Diseñar hoy*, respecto a la posición de los diseñadores en la sociedad. Los diseñadores gráficos tienen una posición privilegiada dentro de la cultura contemporánea, al tratar con el arte, el comercio y la ciencia en el medio impreso, en la pantalla o en la esfera pública. Es un papel que requiere responsabilidad.

Al tener actualmente una interacción directa en el mercado, el arte, la cultura y la política, tal como comenta Pelta (2004), se establece un debate sobre la definición del diseño y sus límites, y sobre cuáles son las competencias con las que se debe formar y desarrollar el diseñador. Del mismo modo, el debate se extiende sobre la actividad del diseño gráfico y las posturas de los profesionales siguen divididas entre los que consideran que existe una falta de valores y de pensamiento crítico sobre las acciones y los productos elaborados, puesto que el diseño queda sujeto a prácticas comerciales por fuera de la disciplina, y aquellos otros que reclaman un mayor compromiso ético. Por otro lado, están los profesionales que argumentan que el diseño gráfico, como una práctica libre de valores, adhiere a los cánones socialmente establecidos por el mercado actual, y es este, no el diseño, el que debe tener valores morales.

En virtud de la controversia anterior, que sucede en el seno de la sociedad actual, valdría la pena exponer el *First Things Manifesto 2000*, el cual propone la utilización de formas más éticas, útiles y duraderas como parte fundamental del ejercicio de la profesión del diseño gráfico.

FIRST THINGS MANIFIESTO 2000

Nosotros, los abajo firmantes, somos diseñadores gráficos, fotógrafos y comunicadores visuales que nos hemos criado en un mundo en el cual las técnicas publicitarias y sus medios se nos han presentado de manera insistente como el lugar más lucrativo, más eficiente y deseable donde utilizar nuestros talentos. Muchos profesores de diseño y mentores promueven esta creencia; el mercado la premia; una marea de libros y publicaciones la refuerza.

Del mismo modo, cabe mencionar que en el año de 1998, la revista *Adbusters*, la cual está conformada por un colectivo de creativos relanzó un

manifiesto con la finalidad de generar conciencia social dentro del gremio de los diseñadores. En ese sentido exponen lo siguiente:

Animados en esta dirección, los diseñadores entonces aplican su destreza e imaginación a vender galletas para perros, café del diseñador, diamantes, detergentes, gomina para el pelo, cigarrillos, tarjetas de crédito, zapatillas, tónicos, cerveza sin alcohol y vehículos todoterreno. El trabajo comercial ha pagado siempre las cuentas, pero muchos diseñadores gráficos no han permitido que se convirtiera en gran parte de lo que hacen. Esta es, en cambio, la manera en que el mundo percibe el diseño. El tiempo y la energía profesionales se usan para atender la demanda de cosas que, a lo mejor, no son esenciales.

Muchos de nosotros nos hemos sentido cada vez más incómodos con esta visión del diseño. Los diseñadores que dedican sus esfuerzos ante todo a la publicidad, el marketing y el desarrollo de la marca están apoyando, e implícitamente respaldando, a un ambiente mental tan saturado con mensajes comerciales que está cambiando por completo el modo en que los ciudadanos-consumidores hablan, piensan, sienten, responden e interactúan. Hasta cierto punto estamos ayudando a elaborar un código enormemente dañino para el discurso público.

Es importante señalar que lo plasmado en el manifiesto mostraba el desacuerdo respecto al diseño concebido como una actividad que incitaba la satisfacción de deseos consumistas y puramente comerciales, deseos que para los firmantes, dejaba de lado aspectos de suma importancia en la vida de los individuos como la salud mental, el medio ambiente, la solidaridad, entre otros factores. No obstante, entre líneas, se puede también observar, que se consideraba el diseño como una herramienta poderosa para transformar los hábitos y creencias de las personas.

Continúa el manifiesto diciendo:

Hay actividades más valiosas para nuestras habilidades de resolución de problemas. Una crisis ambiental, social y cultural sin precedentes demanda nuestra atención. Muchas intervenciones culturales, campañas de marketing social, libros, revistas, exposiciones, herramientas educativas, programas de televisión, películas, causas caritativas, y otra información –proyectos de diseño– requieren urgentemente nuestra experiencia y ayuda.

Proponemos un cambio de prioridades a favor de unas formas de comunicación más útiles, perdurables y democráticas, un cambio de mentalidad que se aleje del marketing de producto y se dirija hacia la exploración y producción de un nuevo tipo de significado. El alcance del debate está reduciéndose; debe expandirse. El consumismo está avanzando sin oposición; debe desafiarse con otras perspectivas expresadas, en parte, a través de los lenguajes visuales y los recursos del diseño.

En 1964, veintidós comunicadores visuales firmaron la llamada original para que nuestras capacidades se dedicaran a un uso más valioso. Con el crecimiento explosivo de nuestra cultura comercial global, su mensaje ha llegado a ser más

urgente. Hoy, renovamos su manifiesto a la espera de que no pasarán más décadas sin tomarlo en serio.⁵

Cabe señalar que el significado de lo que se expresa en el manifiesto ha dado pie a un nuevo debate sobre la finalidad u objetivo específico del diseño gráfico. Es decir, no hay claridad en cuanto a si el diseño gráfico se debe enfocar necesariamente, en la búsqueda de conciencia hacia el mundo y la calidad de vida o contrariamente, hacia un mero trabajo comercial que puede ir en contra de ciertos valores que garanticen una mejor calidad de vida. El dilema entonces es si el diseño en sí mismo conlleva valores (o debe tenerlos), o es una simple herramienta que satisface objetivos sin discutir o detenerse a analizar la ética de los mismos. Es ahí donde al igual que las definiciones y las concepciones del diseño gráfico, se abre una nueva interrogante sobre lo que es el diseño y la actividad que desempeña un profesional de la materia.

Para Portilla y Morales (2016), el diseño gráfico debe estar respaldado con base en una formación teórica que sustente la construcción de discursos visuales. Es decir, el diseñador gráfico debe contar en su formación con una fuerte base teórica. Pero aplicada al momento de construir estratégicamente los discursos visuales, el diseño requiere abrirse y no caer en la endogamia de la profesión, contar con una base teórica sustentada desde la interdisciplinariedad, desde la filosofía, la sociología, la antropología y la psicología, solo por nombrar algunas.

Sin embargo, es un hecho que el diseño exige elaborar sus propios constructos teóricos, a partir de tales posibilidades discursivas y abrir nuevas líneas desde la investigación. A partir de este fenómeno se ha observado que el diseño ha sufrido cambios en sus procesos desde la conceptualización hasta su materialización, situación que trasciende e impacta principalmente en el receptor. Por lo anterior, la principal preocupación es promover la reestructuración de los planes de estudio de las licenciaturas en diseño gráfico, con nuevas propuestas metodológicas que incluyan la investigación en diversos aspectos, cuya finalidad sea reorientar la producción del diseño a partir del estudio visual de la imagen.

El diseño gráfico se instaura entre lo formal, lo funcional y la significación,

⁵ Recuperado de: <http://www.eyemagazine.com/feature/article/first-things-first-manifesto-2000>

pero aún sin definir sus propias fronteras, ya que permea en el contexto a partir de la reproducción masiva y su distribución mediática. No solamente es la descripción de un acontecimiento, es un acto social cuya fuerza productiva no atiende a ninguna orientación crítica ni ideología alguna, hasta cierto punto impuesta a un grupo y que se mueve con la demanda del desarrollo de los mercados de consumo.

Lo anterior da pie a la importancia de la concepción del diseño gráfico, a su definición o hacia una redefinición en cuanto a la significación del diseño gráfico, basado en las relaciones e interacciones con la sociedad mediante su aplicación e implementación.

La importancia de la responsabilidad social de la disciplina, que inicialmente se desarrolla en las aulas de clase mediante argumentos tácitos, tiene un papel fundamental sobre cómo se concibe el diseño gráfico, ya que comúnmente la asociación de este concepto en las universidades está dirigido a resolver problemas del mercado y fomentar el crecimiento económico. Es decir, independientemente si se tiene una concepción basada en el diseño gráfico como un hacer o como un saber, la gran mayoría de las prácticas que se efectúan, mantienen un común denominador a que esos productos se desarrollen en entornos económicos y de mercado.

Es importante definir el papel del diseño gráfico en la sociedad y su papel activo dentro del entorno en el cual se lleva a cabo. Es esencial el trabajo dentro de las universidades con respecto a la concepción del diseño con responsabilidad social. En ese sentido, debe considerarse lo afirmado por Frascara (2008), quien menciona: *“Los diseñadores deben reconocer las situaciones sociales en las que trabajan y a las que contribuyen, y tomar posiciones conscientes para definir el futuro de la profesión”* (p. 51). En consonancia con lo comentado por el mencionado autor, las concepciones actuales del diseño gráfico como una práctica social nos mueven hacia nuevos modelos de estrategias didácticas en los programas de diseño gráfico, que atiendan de manera directa al mercado y a la economía, pero sin dejar de lado los problemas de la sociedad como lo son la salud pública, la falta de educación, la desigualdad, la educación vial, entre otros. Todo ello puede ayudarse a resolver, en cierta medida, a través de la aplicación del diseño gráfico en las piezas o productos que lo requieran. Se pueden

implementar prácticas con sentido social como infografías, tipografías e ilustraciones para nuevos modelos de señalética y signos que den una mejor circulación vial en las calles y el transporte público e inclusive generar campañas de concientización para atacar la desigualdad y el racismo, mejorar la salud pública y la educación en las sociedades actuales.

Al respecto del diseño gráfico como solucionador de problemas dentro de la sociedad, Chaves (1988) menciona que a diferencia de hace algunos años, donde la relación entre el diseño y la sociedad eran tomadas como algo exótico para posturas conservadoras. El diseño se convierte en un elemento indispensable dentro de su rol activo insertado en la sociedad, puesto que:

La expresión *función social* implica, en su uso concreto, la adopción de algún determinado enfoque ideológico. Por ejemplo, para quien crea en el libre mercado como panacea, toda forma de actividad social cumplirá una función social pues, desde esta postura, la libre concurrencia es la garantía, a corto o largo plazo, del desarrollo armónico de la sociedad. Quien no crea en ello reivindicará, en cambio, la necesidad de mecanismos alternativos a los del libre mercado que lo regulen, atenuando o eliminando sus efectos antisociales. Desde nuestro marco ideológico, se entiende por *función social* aquella dimensión de una actividad cuya finalidad es garantizar la equidad por encima de... (p. 91).

También es importante mencionar el concepto del diseño gráfico dentro del enfoque de publicidad no-comercial. El cual, según Frascara (2012), se centra en la elaboración de piezas y objetos visuales para fines no lucrativos. Cabe destacar que normalmente la actividad no comercial dentro del diseño gráfico, carece de fuerza o conexión con sus receptores, esto es debido a la falta de recursos mediante los cuales se logre una mejor estrategia y producción que genere un impacto real en la sociedad. Sin embargo, la publicidad convencional resulta ser de utilidad para esos organismos instituciones o causas que buscan generar un cambio positivo en relación a las problemáticas cotidianas de las personas, desde campañas para el cuidado de los animales, el cuidado de la basura, el apoyo a las personas en situación de calle o damnificados por una catástrofe natural, apoyo a hospitalización u operación a una persona sin recursos, entre otras.

Es obvio que dentro de los ejemplos antes citados, quedan sin mencionar una gama de problemas sociales que pueden atenuarse a través del diseño gráfico. Sin embargo, se llevaría a otro ámbito de problemas que no compete al eje rector del estudio en cuestión. De cualquier forma, es importante hacer énfasis

en los casos donde el papel del diseño gráfico mejora la calidad de vida de las personas. Esto determina un enfoque de la disciplina orientado a explorar e investigar situaciones diferentes y asumir un compromiso ético como profesional.

Considerando las diferentes posturas y definiciones del diseño gráfico por parte de los autores de las teorías reflejadas tácitamente, en las estrategias didácticas de las universidades que ofertan la carrera, un punto común a tomar en cuenta son los factores sociales y culturales presentes en las definiciones no enunciadas de la disciplina. De ahí que las universidades deban replantearse la estructura del plan de estudios y los contenidos direccionados a las necesidades actuales (y las posibles futuras), del profesional en diseño gráfico con respecto a su compromiso ético y laboral con la sociedad, tomando en cuenta la necesidad de una mirada interdisciplinaria y un enfoque investigativo.

Por último, de acuerdo con las diferentes definiciones, podríamos situar al diseño gráfico como una disciplina centrada en las diferentes formas de interacción entre la comunicación y la información, a través de los distintos códigos que genera el diseñador para su relación con la sociedad. Posición en contraste con la concepción del diseño gráfico enfocado en el hacer de la forma y lo visual preponderantemente.

El reto de las universidades radica en contar con una mayor claridad en cuanto a la definición del diseño que asumen, cómo enseñarlo y cuál es el quehacer del diseñador en el entorno social donde se desarrollarán los egresados. Dado que el diseño gráfico es una práctica situada en una sociedad determinada, la relación entre el cómo se lo concibe y las estrategias didácticas necesitan estar alineadas a las demandas que se irán formulando e ir más allá de los conocimientos técnicos y tecnológicos ya establecidos.

Encontramos entonces dos miradas al respecto una que prejuzga, un tanto desmesuradamente, el rol del diseño para influir en actitudes y modificar la vida de las personas, y otra, que por el contrario, minimiza el rol del diseñador.

Al respecto de esta última Frascara (2008) hace referencia a un ejemplo en donde el diseñador gráfico mantiene una postura en la cual no se siente tan respetado como un profesional de la ingeniería civil por ejemplo, haciendo alusión a que nadie puede morir por efectos de una mala aplicación del diseño gráfico y menciona: “Esto no es totalmente cierto; las instrucciones para emergencias y

etiquetado de productos de consumo son dos áreas peligrosas, en las que abundan los malos diseños” (p. 34). Aunado a lo anterior, podemos encontrar una gran cantidad de ejemplos que nos remontan a la importancia del diseño gráfico en la vida cotidiana y en el día a día de la sociedad, en el cual la correcta aplicación e implementación del diseño gráfico ayudan al mejoramiento de la calidad de vida.

En este sentido, Frascara (2018) concluye:

El diseño no se orienta solo a estudiar a la gente sino a intervenir en la sociedad para mejorar la calidad de vida. A veces hace esto mediante objetos que facilitan las tareas de todos los días, a veces enriqueciendo los flujos de información y haciéndolos más accesibles y comprensibles, a veces agregando una dimensión de placer sensorial que aumenta el goce de la vida (p. 20).

Por su parte, Ledesma (2003), en *El diseño gráfico, una voz pública*, revaloriza el rol del diseñador ya que considera al diseño gráfico como una voz pública, la cual presta su decir a la política, religión, educación y sociedad en general. De tal manera que, independientemente de las competencias técnicas y tecnológicas que los alumnos adquieren en las escuelas de diseño, su concepción debe estar alineada con los factores políticos y sociales que rodean el entorno en el que se desarrollan.

De este modo, Ledesma (2003) afirma que: “El diseño gráfico como toda práctica cultural es una práctica significativa que tiene, entre otras características, la voluntad explícita de comunicar” (p. 9).

Por otro lado, resulta interesante recurrir al video, producido por Monti (2012), en el cual se agrupan las definiciones de diseño gráfico de profesionales y grandes referentes de la enseñanza de la disciplina en Argentina. Es posible coincidir con diversos autores y diseñadores gráficos sobre las diferentes categorizaciones o definiciones del diseño gráfico, que de cierta manera pueden obstaculizar el desarrollo profesional de la disciplina al no hacerse explícitas. Sin embargo, es importante contar con un panorama más claro en cuanto a lo que significa, sus funciones y de cierto modo el cómo se define de una manera general.

Con base en lo anterior, cobra relevancia el trabajo audiovisual realizado por Monti (2012), *¿Qué es el diseño gráfico?* en el cual se ponen en evidencia las diferentes concepciones del diseño gráfico que manejan los referentes de la enseñanza de la disciplina en Argentina y profesionales dentro y fuera de Latinoamérica.

Para Frascara el diseño se enfoca más en activar el comercio, por ello considera una falta de visión la responsabilidad social de la disciplina, las necesidades de la gente y los usuarios para una sociedad más ordenada. Y menciona: “A mi juicio, el diseño de la comunicación visual ayuda a la gente a actuar con eficacia, a entender la información que necesita y así contribuye a mejorar su calidad de vida” (Monti, 2012).

Por su parte Arfuch comenta que el diseño gráfico es una manera del mirar el mundo, una manera de relacionarse con los objetos. *“En segunda instancia, el diseño visto como disciplina, todas las disciplinas aportan algo, no hay una especificidad, el mercado es de lo último en su definición... lo más importante es la impronta ética”* (Monti, 2012).

Mazzeo propone que más que definir al diseño gráfico con base en su complejidad y lo que abarca, se debe reflexionar sobre:

...pensar al diseño gráfico como una práctica social inscrita en el campo de las disciplinas proyectuales, disciplinas que se caracterizan por un particular modo de pensar y de hacer, que interactúan y se relacionan mutuamente. Un pensamiento en acción donde ambos se retroalimentan en este hacer. El diseño gráfico surge a partir de una necesidad, entendiendo el término necesidad en el sentido más amplio. Y operando a través de imágenes y palabras” (Monti, 2012).

Para Luis Antonio Rivera, quien actualmente se desempeña como funcionario en el Consejo Mexicano para la Acreditación de Programas de Diseño (COMAPROD), y a la vez ha participado en gran número de propuestas pedagógicas para el diseño y continúa con los trabajos de docencia en la carrera de diseño de la Universidad Autónoma Metropolitana, el diseño gráfico es:

...una disciplina, dirían los griegos es una *teckné* orientada a la persuasión de comunidades a través de los recursos del lenguaje que el propio diseño ha desarrollado a lo largo de su historia, tipografía, forma, colores, etc. Dichos recursos tienen una sintáctica, semántica, pragmática (L. Rivera, comunicación personal, 14 de enero, 2017).

Las dimensiones sintáctica (formal), semántica (significativa) y pragmática (relación con la sociedad), mencionadas por Rivera son enfatizadas respectivamente por cada una de estas concepciones del diseño gráfico anteriormente desarrolladas.

El diseño gráfico como práctica social se manifiesta en el tipo de problemáticas que aborda o intenta resolver, en la tarea de investigación realizada, considerando que la sociedad no es algo estático sino dinámico en los valores que se enuncian.

Este enfoque, a diferencia del artefactual y el intelectual, tiene una función crítica tanto del rol que desempeña el diseño gráfico, como también de la propia situación social. Y a nivel educativo y profesional debe dar cuenta de los compromisos éticos, ambientales y culturales asumidos.

1.6.2.4. Diseño gráfico como oficio

Es importante mencionar las características del diseño gráfico como oficio, situación que es ampliamente defendida por Chaves (1988), quien comenta al respecto que la naturaleza del diseño gráfico en relación a que, en esencia, es una actividad operativa, proyectual, técnica y si se ve de manera muy objetiva; no se trata de arte, tampoco una ciencia, más bien su naturaleza se sustenta en una práctica empírica compuesta por lo artesanal y lo experimental:

Dicha práctica, en tanto dirigida a la creación de mensajes concretos, debe sintetizar múltiples dimensiones, en combinaciones siempre variables y sin el predominio definitivo de ninguna: funciones informativas, persuasivas, estéticas; factores técnicos, económicos, sociales y culturales (p. 139).

De igual forma Chaves (1988) habla sobre cómo el diseño gráfico es un oficio que se centra concretamente en la producción, mediante el empleo de diferentes técnicas, procesos y metodologías, con los instrumentos necesarios para el desarrollo de los objetos o piezas.

Por la naturaleza operatoria de su patrimonio conceptual, no puede ni le compete desarrollar una plataforma autoanalítica: no es, para Chaves, una disciplina *reflexiva*. Los análisis teóricos serios del diseño gráfico solo pueden realizarse desde disciplinas exteriores que dispongan de una

auténtica plataforma categorial de tipo analítico: historia, teoría de la comunicación, semiología, sociología, etcétera. En donde, para este autor, hay que entender que ninguna de estas disciplinas sustituye al propio oficio. Dichas disciplinas aportan, fundamentan y apoyan al desarrollo concreto de la producción. Las habilidades que se combinan en su ejercicio son necesariamente heterogéneas; lo cual desautoriza toda reducción a un principio único: sensibilidad cultural, racionalidad, capacidad analítica, pensamiento e intuición estructural, sentido de la estética, etc. Como la amplísima mayoría de los oficios, el diseño gráfico es tan ajeno a la imaginación libérrima como a la planificación absoluta (p. 140).

Bajo la mirada de la concepción del diseño gráfico como oficio, debemos entender que se estructura a base de un autoaprendizaje y un trabajo constante. En ese sentido y dadas las condiciones prácticas y proyectuales del diseño gráfico, Chaves hace referencia a que el propio proceso reproductivo es el propio proceso productivo. En virtud de lo anterior, es importante mencionar que esto no significa para este mismo autor, que los conocimientos teóricos y las competencias paralelas al oficio del diseño gráfico, se hagan a un lado o no se consideren relevantes, sino que como ya se ha mencionado, complementan y nutren al desarrollo de un objeto.

Chaves afirma que “Para el aprendizaje del diseño gráfico, el único modelo eficaz es el artesanal: cada instrumento, cada técnica está inseparablemente unida al trabajo productivo concreto y se comprende y aprehende en la experiencia de sus efectos transformadores” (p. 141). En este punto, Chaves y Schon (1998) coinciden, para ellos, se aprende a diseñar, diseñando.

En el diseño gráfico como un oficio, el aprendiz adquiere las competencias, las habilidades y los conocimientos necesarios para diseñar un objeto mediante la observación y la imitación del maestro, ejemplificándolo a través de lo que hacen los estudiantes de medicina, en donde observa lo que sucede en el quirófano, al tiempo que el cirujano realiza su trabajo. No obstante, el ejemplo más claro, es el aprendizaje artesanal en la Europa del medioevo: un alumno imita al maestro

hasta que adquiere la competencia necesaria para ser designado maestro.

Es por ello que Chaves (1988) hace una reflexión y comenta que para aprender un oficio, es necesario la apropiación de una herencia artesanal. El autor hace énfasis en que para que las habilidades y las aptitudes de un individuo puedan convertirse en un oficio, antes deben nutrirse de contenidos y saberes acumulados.

El diseño gráfico se aprende, por lo tanto, a través del conocimiento, reconocimiento y manejo de códigos, estilos y técnicas integrantes del patrimonio gráfico, sus valores relativos y absolutos: movimientos históricos, vanguardias gráficas, gráfica popular, tradición vernácula o nacional; recursos tipográficos, iconográficos y sus técnicas y criterios de uso; normas de ordenamiento del mensaje, de composición y priorización de textos; y demás reglas del oficio acumuladas por la experiencia (p. 142).

Entendiendo el diseño gráfico como un oficio, el diseñador se enriquece con el patrimonio gráfico acumulado. Dicho patrimonio consistente en los trabajos y proyectos más reconocidos de los referentes de la disciplina e incluye tácitamente estilos, creencias, técnicas, procedimientos, que son imitados, muchas veces acríticamente. Con estos ejemplos, tomados como modelo, el diseñador gráfico se abastece de una experiencia que no es propia, la cual necesaria para saber discernir entre la correcta implementación y aplicación de las diversas actividades del oficio del diseño gráfico.

Esta concepción del diseño gráfico como oficio artesanal se solapa o superpone con aquella que lo ubica dentro de las artes aplicadas.

1.6.2.5 El diseño gráfico dentro de la actividad Interdisciplinar

Es importante resaltar el concepto de lo multidisciplinar como parte fundamental de la formación del diseñador gráfico hoy en día. Si bien es cierto que el presente capítulo se refiere a la concepción del diseño gráfico por los diversos autores, teorías y categorías del diseño, un factor esencial dentro de su concepción, va encaminado a destacar los aspectos inter o multidisciplinarios, de referencia constante hoy en día cuando se habla de diseño gráfico. Dicho lo anterior, actualmente los programas educativos, en su gran mayoría, insertan

disciplinas como la sociología, la psicología, y la mercadotecnia, entre otras. Sin embargo, el reto para una sintonía perfecta entre las disciplinas dentro de la enseñanza del diseño gráfico y su concepción, debe enfocarse en la relación con lo antes mencionado. Es decir, el programa requerido debe basarse en una introducción a los campos pertinentes, que permitan al diseñador entrar en un diálogo productivo con una variedad de especialistas, sobre todo en sociología, psicología, antropología, ciencias de la educación y en *marketing*.

Al respecto, Frascara (2018) menciona: “*El diseño es una actividad interdisciplinaria que integra las ciencias sociales, el arte y la tecnología*” (p. 20) . En primer lugar por la simple y sencilla razón que el diseño requiere de amplios conocimientos para poder emitir un mensaje con contenido social.

Ahora bien, Rodríguez (2015) analiza el proceso evolutivo que llevó al diseño del campo laboral a ser una disciplina, para posteriormente caracterizar los elementos que forman parte de ella, haciendo un gran énfasis en cómo la actividad profesional del diseñador se compone de un accionar multidisciplinario. Por tal motivo, se estudian los factores que dan lugar a la enseñanza del diseño, mayormente enfocada hacia el pensamiento interdisciplinario.

Luis Rodríguez, un referente de la enseñanza del diseño en México, cuestiona si las concepciones actuales de las instituciones están enfocadas a la realidad del diseño hoy en día y propone nuevos modelos de enseñanza donde el enfoque de la disciplina vaya más allá de la creación de objetos; es decir, una conceptualización más amplia del diseño, en donde los diseñadores logren proyectarse como profesionales que resuelven problemas de carácter integral.

Poggio (2011), en su texto *The new design paradigm: designers as change agents*, expone la situación de la sociedad actual donde se conjugan fenómenos como la globalización y la conectividad y, cómo a pesar de que hoy en día las personas están más conectadas que nunca, también subsisten los más altos índices de pobreza, desigualdad y desempleo. El diseño como disciplina cuya finalidad es solucionar problemas que se vinculan con la comunicación social, debe estar hoy más enfocado hacia el nuevo paradigma que ve al diseño como una herramienta colaborativa e interdisciplinaria, mediante la cual se genera un beneficio social al entorno en el que nos desarrollamos. En su trabajo Poggio (2011) comenta acerca de un estudio en la Universidad de Hartford, donde los

estudiantes resuelven problemas de la comunidad, basándose esencialmente en los conceptos y posturas de Viktor Papanek (1971). Son interesantes los puntos que propone en su trabajo, para partir hacia un diseño global y su enseñanza, tales como:

1. Desarrollar el conocimiento crítico y la comprensión de un mundo complejo.
2. Habilitar la iniciativa de los estudiantes para problemas de diseño.
3. Entender cómo el pensamiento del diseño puede abordar temas del mundo en general.
4. Habilitación de la comunicación y del diseño participativo dentro de la comunidad global.

Papanek (1971) en su libro *Diseñar para un mundo real*, plasma su postura y pensamiento sobre el diseño, y sus diversas especialidades o disciplinas como el diseño industrial, visto como una práctica al servicio de la sociedad. El autor, establece una serie de herramientas conceptuales para pensar de qué manera el diseño puede ayudar a resolver las necesidades de un mundo real. El diseño debe ser una práctica responsable y tiene que tener un impacto positivo en la sociedad. Es por ello que se hace indispensable repensar sobre temas que atañen al diseño gráfico como su responsabilidad social, ecológica, económica y otros temas.

Considerando entonces la dinámica social y las transformaciones sociales, tecnológicas y del mercado mismo, en el diseño gráfico como en otras disciplinas surgen modificaciones en cuanto al quehacer, a su rol dentro de una sociedad y los usuarios que interactúan y se relacionan con los productos o piezas, que se generan a través de la implementación y aplicación del diseño gráfico. En este aspecto, la adaptación de la enseñanza del diseño apunta a lo interdisciplinar.

Por su parte, Ander-Egg (1991) expone cómo el trabajo del alumno dentro del taller, se convierte en un trabajo multidisciplinar que integra múltiples dimensiones, sin embargo, al momento de iniciar las prácticas dentro del taller, generalmente predomina un enfoque disciplinario. Es decir, rara vez el diseño se ve permeado realmente por la sociología o la psicología, por citar algunas disciplinas paralelas al diseño. El escenario ideal implicaría trabajar articulando e

integrando diversas perspectivas y disciplinas al momento de trabajar al interior del taller.

La noción de interdisciplinariedad, en general, es ampliamente citada en el taller. Pero no basta con *tender* a lo interdisciplinario. Hoy, para que la educación esté medianamente acorde con el pensamiento contemporáneo, es necesario desarrollar una actitud sistémica y un modo de abordaje sistémico, considerado en sus cuatro formas principales.

- Como método de la investigación que aborda la realidad con un enfoque holístico.
- Como forma de pensar, expresada en la capacidad de entender las interacciones o interrelaciones de los problemas, y de tratarlos de resolver, mediante acciones que apoyen y refuercen los diferentes campos o sectores de intervención.
- Como metodología de diseño que describe el enfoque de carácter globalizador y que se utiliza para elaborar planes y estrategia.
- Como marco referencia común, que busca similitudes a partir de los fenómenos considerados desde y en diferentes ciencias o disciplinas, mediante una forma de abordaje común (Ander-Egg, 1991, p.16)

Este tipo de pensamiento holístico se fundamenta en la idea de la complejidad, típica del pensamiento de diseño, que como ya se mencionó, es el estilo de pensamiento de las disciplinas proyectuales.

Fragoso (2008) en una presentación en la Universidad La Salle, expuso cómo el diseño gráfico tiene una participación en distintos y diversos niveles de la vida cotidiana y, a su vez, mostró cómo la disciplina se desarrolla en medio de una interacción con otras disciplinas, por lo cual, actualmente se considera como una actividad multidisciplinar.

Parte fundamental de lo expuesto por Fragoso (2008), son las disimilitudes existentes en cuanto a las diferentes concepciones del diseño gráfico con respecto a los procesos proyectuales, a la metodología de enseñanza y a las teorías empleadas. Asimismo, esta autora considera que la aplicación de la Semiótica al diseño gráfico, es parte indispensable para el fortalecimiento de la disciplina, asumiendo que a través del conocimiento y la evaluación del lenguaje visual, se permitirá alcanzar una optimización en cuanto a los códigos de la

comunicación de mensajes.

Además, es importante señalar la concepción del diseño gráfico, en lo que respecta a las prácticas multidisciplinares o el denominado diseñador multidisciplinar y todo lo que refiere a la suma de distintas competencias y disciplinas, que al fusionarse dan al diseñador gráfico una formación generalista, basada en las necesidades del profesional que requiere la sociedad y el mercado. El profesional que hace uso de sus conocimientos integrales en disciplinas como la mercadotecnia, la sociología y las tecnologías de la información, se encuentra mejor preparado para responder a las demandas sociales.

Cabe destacar, que mediante los hallazgos y la información recabada a lo largo del presente trabajo, se encontraron ciertas similitudes y una estrecha relación entre las definiciones de autores como Papanek, Frascara, Pelta, Rodríguez y Rivera. Incluso discursos como el de la AIGA, donde se menciona cómo el diseño gráfico soluciona problemas en los distintos ámbitos de la vida cotidiana, mediante la inclusión de diversas disciplinas.

Es por ello que se sostiene que:

El diseño gráfico está en todas partes, vinculándose a todo lo que hacemos, todo lo que vemos, todo lo que compramos: lo vemos en aparadores o en las biblias, en un recibo de taxi y en sitios web, en certificados de nacimiento y en una tarjeta de regalo, en el pliegue circular de una aspirina y las páginas de libros infantiles de pastas gruesas.⁶

Estas definiciones y conceptos de los diferentes autores, dan pie a la reflexión, sobre cómo a través de los años han evolucionado las diferentes concepciones que priman en la disciplina y en su enseñanza. En algunos casos se encuentra una síntesis articulada, ya que como comenta Frascara (2004) “En suma: el diseño de comunicación visual se ocupa de la construcción de mensajes visuales con el propósito de afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente” (p. 23).

Para Frascara, el diseño de hoy en día sigue desarrollándose dentro de un entorno en función del mercado, de concebir al diseño como parte de un negocio.

⁶ <http://www.aiga.org/what-is-design/>

A causa de ello, se empieza, como ya fue mencionado, a reflexionar sobre los distintos daños que esto puede ocasionar a la sociedad en general y al mundo, ya que la producción de diseño con un sesgo totalmente dirigido a la venta y al consumo, deja de lado en la mayoría de las ocasiones, la concientización del diseñador para reconocer los problemas sociales y las acciones mediante la implementación del diseño, que aporten y generen un cambio en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas.

La mirada interdisciplinar deberá contribuir a modificar este estado de cosas:

Para que esto suceda, deberán en cierto modo cambiar su rol, desarrollar nuevas herramientas, integrarse en grupos interdisciplinarios, iniciar proyectos y actividades, generar nueva información y diseminarla. Este proceso extenderá la base de conocimientos de la profesión y permitirá que mas diseñadores se ocupen de proyectos socialmente importantes. Como resultado se puede esperar un fortalecimiento de la importancia de la profesión para la sociedad, una apertura de nuevas oportunidades de trabajo y un alza del valor percibido de la profesión (Frascara, 2004, p. 51).

Sin embargo, autores como Pelta (2004) hablan sobre el intenso debate que se deriva del *first things first*, en donde se propone una serie de prioridades enfocadas a la mejora del diseño, centradas en optimización y mayor calidad en cuanto a las formas más útiles de la comunicación.

A raíz de lo anterior, ha surgido una creciente inquietud por definir qué es el diseño, cuáles son sus límites y cuáles son las competencias del diseñador. Ese es, tal vez, otro de los temas debatibles del momento. Cuestión que se indaga en la presente tesis.

Por su parte, Margolin (2008), sostiene la postura sobre la reflexión acerca del término utilizado por diversos autores sobre diseño gráfico, haciendo un énfasis en cómo algunos de ellos aluden a la definición de diseño gráfico, para hacer mención de una actividad realizada por el hombre desde el inicio de las civilizaciones, centrada en comunicar un mensaje mediante gráficos. Es en este punto donde se vuelve hacia los escritos y publicaciones de la AIGA, en donde en un texto publicado acerca de la historia del diseño gráfico, se expone lo siguiente:

Quienes defienden una visión más reducida del diseño grafico consideran que este es una actividad nueva, nacida con la revolución industrial. Quienes

defienden una visión más amplia entienden que la esencia del diseño gráfico consiste en dar forma visual a las comunicaciones humanas, una actividad que se remonta a los manuscritos medievales y a las primeras imprentas del renacimiento (como se cita a Meggs, 1985).

Es así, como el diseño gráfico se presenta como una práctica social, a los ojos de la gran mayoría de los autores anteriormente citados, que involucra el conocimiento de distintos aspectos de la vida en sociedad, y no solo los comunicativos. No obstante, se sostiene marcando una notable pauta ante las definiciones de la comunicación visual en general, centrada específicamente en la generación de piezas u objetos visuales, en este punto podrían incluirse el lenguaje corporal y los gestos, así como los artefactos con los que interactuamos todos. Es por ello que el diseño gráfico sería una subdisciplina incluida dentro de una mayor: *“La comunicación visual es una categoría considerablemente más amplia que la del diseño gráfico, que queda incluido dentro de aquella”* (p. 273).

A manera de cierre respecto al diseño gráfico como una actividad interdisciplinar, es importante lo comentado por Bartolomei (2006), quién no solo sostiene que el diseñador debe incluir en su formación conocimientos interdisciplinarios, sino además ser jefe de un equipo de profesionales de múltiples disciplinas, puesto que:

En síntesis, y desde una óptica descriptiva, puede afirmarse que el diseñador es definido como un profesional que codifica mensajes que no surgen de una necesidad interior: simplemente, interpreta a terceros. El diseñador se presenta, además, como un ejecutivo que coordina habitualmente un equipo interdisciplinario de trabajo. De la reproductibilidad de dicho trabajo dependen sus ganancias. La razón de ser de su producto, fatalmente, se agotaría en la próxima necesidad de la comunidad que de él hizo uso (p. 33).

Esta mirada incluye las concepciones anteriormente desarrolladas: el oficio, la producción de una pieza, la construcción de un mensaje y su valor social.

En resumen, en este apartado de este trabajo de investigación se caracterizaron los diferentes enfoques que los autores y referentes del diseño gráfico, exponen con respecto a su concepción, entendiendo que confrontando

diferencias y similitudes se genera una mayor riqueza en cuanto al conocimiento del diseño gráfico. Cabe también señalar que dado los límites imprecisos y a la naturaleza inquieta de la disciplina, todas las definiciones resultan incompletas.

Sin embargo, hay que tomar en cuenta que uno de los principales problemas referidos al presente estudio, se centra en el vínculo que se da entre las concepciones del diseño gráfico y la enseñanza en el taller de diseño. Pues la hipótesis de el presente trabajo, sostiene que el modo en el que el diseño es concebido, afecta al momento de enseñar en el taller de diseño.

De ello se sigue, que en la gran mayoría de las definiciones antes detalladas, el diseño gráfico se presenta como una actividad interdisciplinar, donde la colaboración entre diversas disciplinas e individuos, posibilitan una mayor optimización en la solución de problemas, generalmente centrados en comunicar un mensaje, ya sea visto desde la concepción artística, social o simple y sencillamente comunicacional.

Así pues, se encuentra cómo las diferentes concepciones del diseño gráfico, en muchas ocasiones, interactúan entre sí. Entendiendo, además, que después de identificar y caracterizar las distintas concepciones adoptadas por los referentes disciplinares, el término *diseño gráfico* manifiesta una complejidad y riqueza que una simple definición no puede expresar, en cuanto a sus distintas competencias y aplicaciones a la vida cotidiana. Sin embargo, a los fines investigativos se tuvo que caracterizar los enfoques anteriormente detallados, sabiendo que estas caracterizaciones resultan un tanto simplificadas, para luego poder vincularlas con la enseñanza.

1.6.3. La enseñanza del diseño gráfico

Se ha señalado ya, que en la actualidad la enseñanza del diseño gráfico en las IES en México, se encuentra en una situación en la que no existe una posición homogénea ni un carácter monolítico, respecto a cómo abordar tal enseñanza. Esto se debe, entre otros factores, a que los escenarios en los que se desarrollan las escuelas de diseño se ven influidos, por un lado por diversos aspectos contextuales, tales como el desarrollo económico de la localidad donde está ubicada la universidad, los aspectos culturales locales, la estructura social

comunitaria, y por el otro, como ya se ha mencionado, por los distintos enfoques conceptuales respecto al diseño que las instituciones aceptan tácitamente. De modo que, como resultado de ello, los programas académicos de las universidades en México, difieren en sus prácticas, contenidos y creencias compartidas. Y, en algunos casos, se desconoce si los graduados que estas instituciones año tras año desarrollan, están en condiciones de responder a las exigencias y demandas del mercado laboral y el mundo profesional cada vez más dinámico y global. Sin embargo, pese a las diferencias en cuanto a los escenarios y el entorno en el cual se desenvuelven las escuelas de diseño, surgen las siguientes interrogantes comunes: ¿qué es lo que se enseña al interior de las universidades?, ¿cómo se enseña?, y por último ¿cuáles son los conocimientos, habilidades y actitudes idóneos, para satisfacer las necesidades profesionales y de mercado que enfrentan los futuros profesionales de la disciplina hoy en día?

Con base en lo anterior, se considera de suma importancia el análisis y el estudio de la enseñanza del diseño en las universidades mexicanas, ya que se encuentran directamente ligados al conocimiento que se producen el aula de clase y, a su vez, en cómo este conocimiento es capitalizado por los egresados en el campo laboral en los años posteriores a su egreso.

Ahora bien, se parte de la premisa de que la didáctica es la teoría que se ocupa de las prácticas de la enseñanza, y la enseñanza es la actividad de proveer a alguien el conocimiento que en principio no posee. Al respecto, Rivera (2018) menciona:

El término didáctica suele asociarse con la planeación educativa y, en esa lógica, un buen didacta sería aquel profesor que organiza de manera correcta su labor a través, precisamente, de un adecuado plan de clase, inserto en algo más amplio que es su programa de curso (p. 25).

A su vez, Díaz Barriga (1999), hace énfasis en cómo en la didáctica se integran miradas provenientes de diversas disciplinas como la sociología, la historia, la antropología, entre otras. Ya que el objetivo de una intervención didáctica es facilitar los procesos de enseñanza y de aprendizaje. Por consiguiente, la elaboración de los programas académicos se centra en la relación didáctica-curriculum, entendiendo que del currículo se extraen tanto el

enfoque como los contenidos que se pretenden enseñar, a lo largo de una cursada y la didáctica supone los diversos modos y estrategias de aquello que se va a enseñar.

Dicho lo anterior, se puede decir que la didáctica se centra en la planeación educativa, en este caso al interior de los programas de diseño gráfico, específicamente en los talleres de diseño. Por ello, es importante encontrar la perfecta armonía entre las estrategias didácticas establecidas, en el programa académico y el cómo se define la disciplina, de manera que exista una congruencia entre lo que significa el diseño gráfico para la universidad y cómo se aborda la enseñanza dentro de los talleres de diseño, derivado de la concepción institucional.

Para los actores que forman parte del proceso de enseñanza es importante definir qué es lo que se va a enseñar (y qué es lo que se va evaluar), ya que para el docente es imprescindible la selección de los contenidos óptimos en cuanto a su aplicación. En el caso específico del diseño, el docente debe contar con una clara concepción del diseño gráfico y un apego mínimo a lo que institucionalmente se considera al diseño gráfico, para el cumplimiento de los objetivos y las aspiraciones de los egresados en su inserción laboral. No hay que olvidar la importancia de los diversos elementos que se conjugan con lo previamente definido, el lugar, los tiempos, los recursos y diversos aspectos referentes a la obtención de un mayor beneficio, en la enseñanza del diseño para los alumnos en las IES.

Se sabe que la enseñanza de las disciplinas proyectuales, tal como el diseño gráfico, va más allá de la enseñanza típica de contenidos (Schon, 1998). Asimismo, los conocimientos sobre la vida diaria, el entorno y los problemas sociales, forman parte de los conocimientos esenciales que se deben adquirir dentro de la enseñanza del diseño gráfico. Por otra parte, las modificaciones en los patrones de consumo y los diferentes hábitos de la sociedad, van modificando las necesidades de enseñanza dentro de las universidades que ofertan la carrera de diseño gráfico. La actualización constante de contenidos, las nuevas habilidades y herramientas que se requieren, son un aspecto fundamental para la formación de estudiantes en su paso por las aulas de clase.

De ello se sigue, que la enseñanza del diseño gráfico incorpore nuevos conceptos y teorías, que arrojen una mejor formación del diseñador gráfico de hoy en día, un diseñador a la vanguardia de las necesidades de la sociedad.

Mazzeo y Romano (2007) sostienen la existencia de distintos tipos de saberes:

- Un saber disciplinar, el saber erudito,
- Un saber a enseñar, aquel que planificamos en la curricula,
- Un saber enseñado, el que llega al alumno a través de su docente directo y
- Un saber aprendido, que nunca sabemos bien cuál es... (pp.29-30).

Si bien esta tesis no se enfoca en cuestiones pedagógicas ni didácticas, no se puede eludir la necesidad de brindar algunas precisiones.

Es frecuente que muchas veces se hable de *proceso de enseñanza-aprendizaje* como si fuese un acto único y causal, pero como han señalado Basabe y Cols (2007), este binomio pretende ser una advertencia “*sobre la responsabilidad social de los docentes de utilizar todos los medios disponibles para promover el aprendizaje*”. Para estas autoras, el aprendizaje tiene una doble dimensión como tarea y como rendimiento, ya que es un proceso mediante el cual se adquiere un conocimiento y a la vez resulta la incorporación efectiva de ese saber. Puesto que “La enseñanza incide sobre el aprendizaje «como tarea» y son las tareas de aprendizaje desarrolladas por el alumno las responsables del aprendizaje «como rendimiento»” (p. 127).

Al igual que Mazzeo y Romano (2007), Basabe y Cols (2007) describen la naturaleza triádica de la enseñanza: alguien que enseña, alguien que aprende y algo a enseñar y aprender. Esta situación es representada por Mazzeo y Romano (2007, p. 30) por una figura triangular, en cuya base se encuentran el docente, el estudiante en cada extremo y en el vértice superior el proceso proyectual a enseñar y aprender:

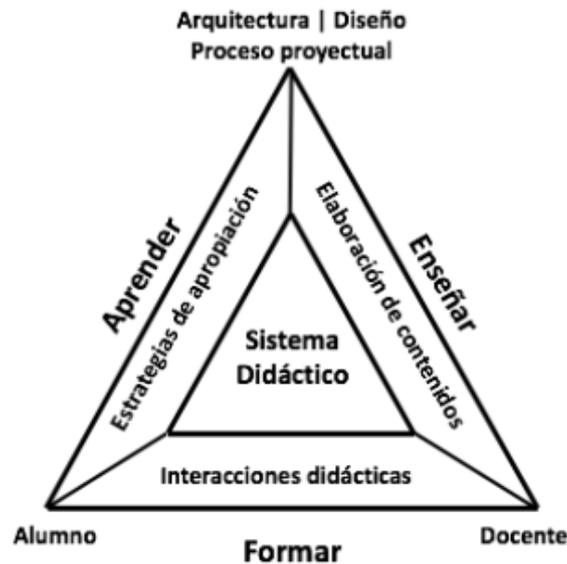


Figura 2. Triángulo didáctico disciplinar: formar, aprender, enseñar.
Fuente: Mazzeo y Romano (2007).

Edith Litwin en su trabajo *El oficio de enseñar* (2008), habla acerca de reconocer el pesimismo instalado en las escuelas, frente a las complejas realidades y construir prácticas en las que la vida cotidiana sea tema de análisis y crítica. También es importante mencionar el papel que juegan las emociones y los deseos dentro de la enseñanza en las universidades; los docentes deben aprender a despertar en sus alumnos factores esenciales como el interés, la reflexión y el análisis.

Ana María Romano (2018), por su parte, sostiene que el docente lleva consigo: *“su forma de ver el mundo, la matriz a partir de la cual incorpora nuevos conocimientos, que se amalgaman con sus experiencias previas”* (p. 222). Cuánto de ello se trasmite a sus estudiantes, es parte de nuestra investigación.

Desde una perspectiva personal, y reforzando un poco lo anteriormente mencionado por varios autores, consideramos que es muy difícil que un diseñador gráfico logre solucionar problemas visuales, sin un análisis e investigación a fondo de su entorno, sin un conocimiento básico de las necesidades reales, puesto que no existe un aprendizaje si el actor último no se siente involucrado. El desconocimiento de algunos aspectos de la disciplina, por parte de los mismos docentes, afecta al proceso de enseñanza del diseño, por lo que es prioritario

definir las competencias que se necesitan de un diseñador gráfico. Esto lleva a señalar que los contenidos que este requiere, no son el clásico saber erudito, sino la comprensión y el manejo eficiente de procesos proyectuales.

Se han mencionado en diversas ocasiones las palabras *proyectar* y *diseñar*, pero cómo se podrían definir de una manera más clara ambos conceptos. Según Cravino (2009) “algunos definen *proyectar* como el intento por conocer algo con anticipación: prever algo que sucederá. Mientras que otros consideran a *proyectar* como el conjunto de acciones que se llevan a cabo en el presente para lograr que las cosas sucedan en el futuro” (p. 65). Sin embargo, se debe tomar en cuenta que la palabra *diseñar* se torna en una definición más exacta en función de la labor del diseñador gráfico. Para Corona Martínez (1990), el diseño es la anticipación de un objeto por medio de otro objeto, que lo precede en el tiempo. El proyectista va actuar sobre este segundo objeto, hasta alcanzar el grado de satisfacción que considera adecuado para las metas planteadas, entonces recién ahí lo materializa.

El proyecto configura un modo particular de pensar que es típico del diseñador y que se conoce como *pensamiento de diseño*. Esta matriz cognitiva se configura durante la enseñanza y constituye parte del *habitus* del diseñador.

Sin entrar en debate respecto a limitar la definición de diseño gráfico a una expresión artística o una comunicación visual, es importante la reflexión sobre el hecho de optar por una de estas posiciones, dentro de la enseñanza en la disciplina. Como se ha señalado, la enseñanza debe estar fundamentada con base en una mirada que incluya lo interdisciplinar, fomentando la colaboración misma entre los alumnos, el docente y el entorno, considerando los problemas que debe solucionar del diseñador gráfico dentro del taller de diseño.

Ha sido afirmado y tal como sostiene Ana María Romano (2018):

La construcción del saber a enseñar tiene fuerte vínculo con el saber disciplinar que le da origen y es el titular de la materia, como jefe de cátedra, quien tiene a su cargo el diseño del objeto de enseñanza de acuerdo con su filosofía y sus concepciones profesionales (p. 221).

Camilloni, Cols, Besabe y Feeney (2007) reconocen que las teorías que tienen los docentes “comprenden concepciones acerca de cómo se enseña y

cómo se aprende, así como los principios que sustentan las decisiones acerca de variadas cuestiones” (p. 43). Estas concepciones, en el caso del diseño gráfico, abarcan las definiciones que los propios docentes tienen sobre la disciplina, lo que a su vez incluye la manera de enseñar y los contenidos de la enseñanza.

Otra vez, la comunicación visual depende de un conocimiento amplio, que exige el dominio de otras disciplinas y espacios curriculares, para su aprendizaje integral. De manera que el alumno pueda incorporarse a la problemática de diseño, el plan de estudios debe contemplar:

- Adquirir una cultura general integradora, desde las ciencias sociales.
- Elaborar y manejar los conceptos e instrumentos de la disciplina.
- Analizar el diseño en su contexto espacial y temporal.
- Relacionar los contenidos de los distintos espacios curriculares.
- Manejar los elementos básicos del lenguaje verbal y de la imagen.
- Conocer las bases para implementar metodológicamente un proceso de investigación y diagnóstico comunicacional.
- Manejar el saber y los recursos de su disciplina para realizar proyectos de comunicación integrales (Branda y Cuenya, 2014, p. 15).

Por ende, para estas autoras, la enseñanza del diseño debe ser multidimensional, pues incluye diversos aspectos y disciplinas, asimismo, debe estar situada en un tiempo y espacio determinado.

Retomando a Branda y Cuenya (2014), quienes mencionan que:

El objeto de estudio de la comunicación visual es la construcción significativa del mensaje, como resultado de una cultura y del contexto en que se desarrolla, con las características de su tiempo (p. 13).

Cabe resaltar, la notable presencia dentro de la enseñanza del diseño gráfico del enfoque centrado en el aprendizaje de un diseñador práctico, con habilidades proyectuales y enfocado mayormente en la producción de un objeto. Esta formación no difiere substancialmente del aprendizaje artístico o artesanal,

sobre la base de un dominio herramental y práctico, enfocado a elaborar una pieza de carácter visual, comunicacional y social, entre otros.

Por otro lado, existe otro tipo de enseñanza, que hace hincapié en aspectos intelectuales ligados a la Comunicación, la Semiótica y la Retórica, que refuerza la idea del diseño como un tipo peculiar de comunicación. Sin embargo, la formación del diseñador gráfico, suele estar complementada por el tratamiento de otras cuestiones como el análisis o manejo de contexto social y la investigación del mercado, para luego así generar productos donde la parte estética, así como la dimensión comunicacional, forme parte importante del resultado final.

En suma, es evidente que la enseñanza del diseño gráfico tiende, muchas veces, a priorizar la práctica y el hacer, otras tantas a enfatizar su dimensión comunicativa, en contraste con el deseo de presentar al diseño gráfico como una disciplina compleja y multidimensional, que se sustenta no solo en los aspectos antes mencionados, sino además en conocimientos teóricos, productos de la investigación, el trabajo interdisciplinario y en la aceptación del rol social que atañe a la solución de problemas.

Branda y Cuenya (2014) reafirman que dentro de la enseñanza se desarrolla un escenario de transmisión de cultura, el mismo que genera determinado conocimiento en relación a la formación de los alumnos. En ese sentido, el aprendizaje que alcanza el alumno se va conformando de determinadas características, dependiendo cómo sea teorizado y comunicado dentro del escenario de enseñanza y aprendizaje por parte de los profesores.

Sin embargo, Schon (1998) sostiene que el diseño no puede ser enseñado, pero sí aprendido bajo la tutela de un docente-guía, que le transmite al alumnado su propia concepción de diseño:

La paradoja de aprender una competencia nueva es la siguiente: que un estudiante no puede, al principio, comprender lo que necesita aprender, sólo puede aprenderlo formándose a sí mismo y sólo puede formarse a sí mismo comenzando por hacer lo que aún no comprende (p. 93).

No obstante, Schon 1998, que no era diseñador sino filósofo, ve solo un aspecto de la enseñanza: el ejercicio práctico del taller. Y ese ejercicio lo sorprende pues no asume la forma de la tradicional clase expositiva del docente.

Asimismo, Frascara (2018) reclama que: “Hace falta una educación de diseñadores para la realidad y en la realidad” (p. 25). De modo que no se puede centrar la enseñanza en un solo aspecto, quizás el más visible, pero no el único.

Mazzeo (2014) afirma que:

Las prácticas desarrolladas en los talleres tienen grandes similitudes con las desarrolladas en la práctica profesional, proponiendo a los estudiantes una suerte de simulacro que les permite apropiarse de las lógicas disciplinares. Pero esta práctica hace otro aporte a la disciplina, ya que a diferencia de lo que sucede en otras, gran parte de la teoría del diseño se formula en su enseñanza (p. 20).

En este sentido es que muchos estiman que los proyectos y las consignas de los ejercicios, deben estar en función de las problemáticas sociales de hoy en día. Para ello, dentro del proceso de enseñanza es necesaria la implementación de actividades de investigación, así como la práctica continua de integración de saberes de otras disciplinas.

Hablemos ahora de enseñar y aprender: la tarea de un maestro es ayudar a los estudiantes a aprender, no solo a enseñar, es decir no solo dar clases basadas en la transmisión de información. Ayudar a aprender es más difícil que enseñar, pero es sustancialmente más interesante, ya que posiciona al problema tratado de un punto de tensión entre el objeto de estudio y el maestro. Para lograr esto, la enseñanza del diseño debe incluir una instrucción a la investigación. La investigación no es igual a la exploración abierta: bocetar ideas con lápiz o navegar por la red en busca de diferentes opciones de diseño no es investigar. La investigación es siempre una tarea sistemática que ayuda entender nuevos problemas y crean las bases de la innovación. Debe ser enseñada para ayudar al proceso de diseño de los estudiantes en el momento de la concepción, del desarrollo del diseño y de la evaluación del impacto del diseño (Frascara, 2018, p. 27).

Se puede retomar el triángulo didáctico ofertado por Mazzeo y Romano (2007) (ver Figura 3) considerando los tres componentes que también reconocen Basabe y Cols (2007):

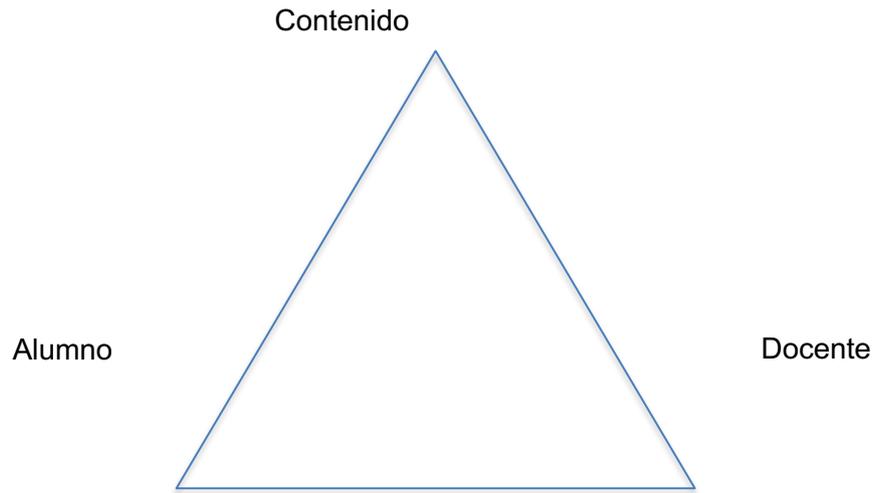


Figura 3. Triángulo didáctico disciplinar: alumno, contenido, docente.
Fuente: Mazzeo y Romano (2007).

En la enseñanza del diseño las tres concepciones dominantes enfatizan cada uno de estos componentes:

El enfoque que considera al diseño gráfico como arte, como hacer, como práctica dirigida a la producción de una pieza gráfica, se centra en el aprendizaje del alumno.

El enfoque que considera al diseño gráfico informativo y persuasivo, como un saber orientado a comunicar un mensaje visual, se centra en la enseñanza del docente, quien recurre a disciplinas como la Comunicación, la Semiótica o la Retórica, entre otras.

El enfoque que considera al diseño gráfico como una práctica que requiere de la investigación para resolver los problemas urgentes que le demanda la sociedad, se centra en el conocimiento producido.

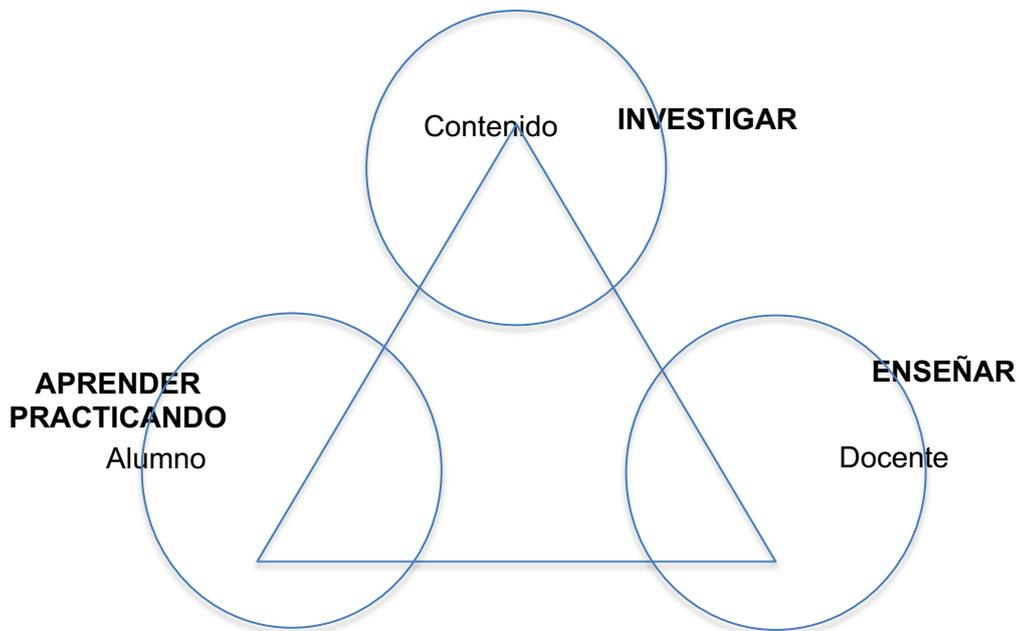


Figura 4. Triángulo didáctico disciplinar: alumno (aprender practicando), contenido (investigar), docente (enseñar).
Fuente: Mazzeo y Romano (2007).

De ello resulta que los docentes tienen la obligación de formar al alumno como individuo completo que actúa dentro de una sociedad, siguiendo el precepto de Dewey de “educar para la vida”. Es decir, independientemente que en el proceso de enseñanza de diseño se incluyan las competencias para la elaboración de piezas o productos gráficos, el alumno debe ser formado en el taller de diseño bajo las condiciones en que se opera el mundo real, consciente de los problemas políticos, sociales y culturales a los que se enfrentará como profesional al terminar su carrera.

En consonancia con el tema de la enseñanza del diseño gráfico, en un artículo publicado en la revista *Design Issues*, Silvia Fernández (2006) presentó el escenario de desarrollo del diseño en Latinoamérica y cómo la enseñanza del diseño gráfico se ha ido formando en torno al perfil del mercado, dejando un tanto de lado las necesidades sociales, ambientales y el mejoramiento de la calidad de vida. Los primeros modelos explícitos de enseñanza de diseño, surgen a raíz de la llegada de los latinoamericanos que habían participado en la Ulm, quienes abrieron las primeras escuelas de diseño en sus respectivos países. Estas escuelas se caracterizaron por una cierta ausencia de una teoría. Con ello, se

generalizó la concepción del diseño gráfico y sus estrategias didácticas con un marcado énfasis en el hacer, en la técnica instrumental y en la realización de objetos u artefactos, con una carencia de teoría e investigación que fundamentaran de una manera adecuada, la actividad proyectual en el plano académico. Mucho de ello también se debió a que las primeras escuelas de enseñanza en países como Argentina, eran instituciones terciarias con carreras cortas que se ofrecían como una salida laboral rápida.

Actualmente, si bien es cierto que en las instituciones se presenta una enseñanza del diseño gráfico sustentada tanto en teorías como en la práctica, se mantiene ese desfase entre ambas y, de cierto modo, sigue presente una hegemonía de la práctica y el hacer, sobre la teoría, y aún más alejada aparece la investigación y la reflexión del profesional del diseño, sobre las condiciones de su desempeño profesional.

Cabe mencionar que se viven tiempos de cambios sociales y culturales, donde los patrones de la sociedad no son los mismos de hace veinte o treinta años. Es por ello que la enseñanza debe enfocarse en modelos curriculares, que también den cuenta de esta dinámica y que se dirijan a la realidad cotidiana de los alumnos, es decir, que los conocimientos adquiridos en las aulas resuelvan problemas de su entorno y sociedad.

1.6.4. Las prácticas en el taller de diseño gráfico.

En primer lugar, es importante decir que el taller de diseño tiende a ser el espacio en donde se desarrollan a plenitud las competencias, conocimientos y habilidades del estudiante. El taller de diseño forma parte del eje rector derivado del proceso de enseñanza de la disciplina prefijado dentro de la universidad. Esto se debe fundamentalmente a que en él, se presentan las prácticas necesarias para que el estudiante alcance el conocimiento que debe dominar un diseñador en el campo laboral. Estas prácticas son el medio y el fin de la enseñanza.

Ana María Romano (2015) advierte que en el taller “se adquieren conocimientos teóricos, métodos y se desarrollan capacidades en un proceso dialéctico de acción y reflexión que supera la dicotomía entre formación teórica y formación práctica” (p. 33).

Por su parte, Breña (2016) hace alusión a la importancia del taller de diseño en el proceso de enseñanza y lo presenta como un espacio rector de la formación de diseñadores, por lo que es, también, el ámbito al que se ha restringido la investigación sobre su enseñanza.

Por consiguiente, se entiende que el taller de diseño es donde el alumno, en la mayoría de las instituciones, aprende a diseñar diseñando, de tal manera que en este espacio es donde los alumnos aplican e implementan los conocimientos adquiridos, dentro de los diferentes cursos en la carrera de diseño.

Al respecto, Mazzeo (2014) menciona que:

Las propuestas de enseñanza de los talleres de diseño gráfico tienen particular relevancia en este contexto, por cuanto este espacio se presenta como aquel en el que se desarrollan prácticas que, de algún modo, se asemejan a las prácticas profesionales (p. 40).

De tal forma que se puede hablar del taller de diseño, con base en lo que menciona Ander-Egg (1991):

Como primera aproximación hemos de decir que la palabra taller, tal como se utiliza en el lenguaje corriente, ayuda a entender bastante bien la significación pedagógica del término. Taller es una palabra que sirve para indicar un lugar donde se trabaja, se elabora y se transforma algo para ser utilizado. Aplicado a la pedagogía, el alcance es el mismo: se trata de una forma de enseñar y sobre todo aprender mediante la realización de algo que se lleva a cabo conjuntamente. Es un aprender haciendo en grupo (p. 10).

Por su parte, Rivera (2013) expone cómo dentro del taller de diseño es donde convergen los procesos de aprender y enseñar. La importancia del taller de diseño dentro de las estrategias didácticas en las universidades, se resume al espacio en el cual se llevan a cabo la articulación de las teorías, prácticas, conocimientos y habilidades adquiridas dentro de la cursada, para poner en práctica los antes mencionado en función de la solución hacia un determinado problema.

Es obvio que el funcionamiento óptimo dentro del taller de diseño va más allá de los contenidos y las estrategias didácticas, puesto que dentro del taller se

requiere de aspectos interpersonales, colaborativos y participativos para que este funja como un laboratorio de aplicación del diseño gráfico.

Los nuevos enfoques del diseño centrado en el problema, en el usuario o en su experiencia, sustentable o sostenible, el diseño universal o para todos, el diseño háptico, etcétera, hacen del taller de diseño un espacio singular, donde la autoridad de los expertos se traslada a los propios productos de diseño y de comunicación, y a su vez, son los usuarios quienes adquieren mayor poder de decisión (Rivera, 2013, p. 12).

De ello resulta la importancia del taller de diseño como un eje rector dentro del quehacer del diseñador gráfico, en función de la solución de problemas que se suscitan fuera del aula, cuando el alumno se integra como profesional dentro de la sociedad.

En el caso particular del presente trabajo, se considera al taller de diseño, como el punto de partida donde se concentran todos los elementos necesarios para el desarrollo de los procesos de enseñanza y aprendizaje, dentro de las disciplinas proyectuales. Específicamente en el caso del diseño gráfico, es en el taller donde se producen: el conocimiento, las actitudes, las habilidades y las competencias a desarrollar por los alumnos. De ello se desprende la importancia sobre la conformación de estos espacios.

Ander-Egg (1991) caracteriza los distintos aspectos del taller, entre los cuales destaca el aprender haciendo, tomando en cuenta que todos los conocimientos, teorías y competencias desarrolladas en el grupo tienen que dar forma a un entregable al proyecto en sí, mismo que se logra bajo el esquema de aprendiendo a hacer.

Cabe mencionar, que según Dewey (1952), la metodología de aprendizaje *aprender haciendo* (en inglés *Learning by Doing*), proviene de la corriente constructivista que tiene su fondo en el aprendizaje del alumno en contra de los enfoques fundamentados en la enseñanza del docente. En cierto modo, el taller pone en crisis la idea de que el enseñar provoca causalmente el aprender, y busca la sustitución de la exposición hegemónica del docente, por la interacción entre lo que dice y lo que hace el estudiante.

Por consiguiente Ander Eg (1991) identifica los siguientes principios pedagógicos del taller:

- Aprender haciendo
- Metodología participativa
- Pedagogía de la pregunta
- Entrenamiento que incluye el trabajo interdisciplinario
- Relación docente-alumno basada en una tarea común
- Carácter integrador de la práctica pedagógica
- Trabajo grupal
- Instancia integrada de docencia, investigación y práctica

De igual forma Ander Egg (1991) destaca elementos de suma importancia como la participación activa entre el profesor y los alumnos, haciendo referencia al trabajo interdisciplinario. Sin embargo menciona que la noción de interdisciplinariedad, en general, es ampliamente utilizada en el sistema del taller, pero no basta tender a lo interdisciplinario. Hoy, para que la educación esté medianamente acorde al pensar científico moderno, es necesario desarrollar un pensamiento sistémico y de un modo de abordaje sistémico, considerado en sus cuatro formas principales:

- Como método de investigación
- Como forma de pensar
- Como metodología de diseño
- Como marco de referencia común

Además, Ander Egg (1991) considera que el rol del profesor se convierte más en un motivador, un asesor y una especie de orientador, que busca estimular al alumno al cumplimiento de las tareas dentro del taller y al hacer.

En resumen, el taller de diseño integra tres elementos esenciales dentro de la enseñanza de diseño gráfico: el profesor, la investigación que se obtiene a

través de las teorías sobre determinada temática y finalmente a la práctica que realiza el alumno dentro del taller, entendiendo que dicha integración se logra mediante la participación constante y responsable del alumno y el profesor.

Por su parte, Branda y Cuenya (2014) mencionan que:

...el taller es una modalidad integradora, permite compartir la mesa de trabajo rompe con el aislamiento y le propone al alumno interactuar con el grupo, moverse libremente consultando e intercambiando ideas y experiencias. El docente participa de esa interacción como parte del los grupos asumiendo diferentes roles (moderador, orientador, organizador, etc.) de acuerdo a la propuesta de trabajo (p. 33).

Se sabe entonces que dentro del taller de diseño los alumnos desarrollan la habilidad de integrar la teoría y la práctica, el pensar y el hacer, para posteriormente desarrollar productos con base en una síntesis de conocimientos adquiridos. En este punto, es crucial la construcción del aprendizaje en el alumno mediante la práctica rutinaria ejercida en el taller, el trabajo en grupo donde se desarrollan productos de manera colaborativa y coproductiva y la interacción con el docente, que trasciende la tradicional enseñanza transformándose en guía y tutor necesario para que este aprendizaje se alcance.

Igualmente, no se deben dejar pasar las aportaciones de Schön (1998) en *La formación de profesionales reflexivos*, respecto a lo que significa diseñar y como el diseñar se convierte en la parte clave dentro del taller de diseño, en el cual expone los siguientes puntos:

- Un proceso de diseño competente es una forma de conocimiento en la acción.
- Diseñar es una actividad integral.
- Un proceso competente de diseño depende de la habilidad del diseñador para reconocer y apreciar cualidades del diseño deseables y no deseables.
- Lo que es cierto de la descripción y el reconocimiento de las cualidades de diseño lo es, también, en términos generales, para la descripción y el reconocimiento de un diseño competente.

- La descripción del propio conocimiento en la acción que uno posee, es en sí misma, una competencia, y los diseñadores pueden poseerla en mayor o menor medida. Los diseñadores pueden aprender a mejorar las descripciones del diseño, a hacerlas más complejas, precisas y útiles para la acción por medio de una reflexión continuada sobre sus propias ejecuciones competentes. Diseñar es una actividad creadora. La conversación reflexiva que un diseñador establece con los materiales de una determinada situación pueden generar nuevos descubrimientos, significados e invenciones.

Es interesante rescatar la noción de *conocimiento en la acción, práctica reflexiva y diálogo* con los materiales que aporta una situación. Esto último, se cruza con la pedagogía de la pregunta que requiere no solo de la integración de lo teórico y lo práctico, de lo intelectual y lo artefactual, puesto que también necesita de la investigación de la situación. Ya que el reto del taller es desarrollar un producto que solucione una problemática determinada mediante el uso de teorías, la investigación sobre la situación particular y el reconocimiento de ciertos saberes y habilidades que anteceden al hacer y producir.

De ello se sigue que, la importancia del taller de diseño en las universidades, radica en el hecho de observar cómo mediante un ejercicio práctico realizado por los alumnos, se produce un proceso donde el estudiante participa de un sistema de creencias que ha aceptado tácitamente. Y que el trabajo en el taller confirma una retroalimentación de dichas creencias al momento de que los proyectos son presentados ante el grupo y, el docente y los alumnos realizan sus opiniones generando un debate, que queda inscripto en el marco de referencia conceptual implícitamente consensuado. Es tarea del docente sacarlo a la luz.

1.7 Metodología.

Después de realizar un recorrido por el marco teórico que apoya conceptualmente la presente investigación mediante diversas categorías del diseño gráfico, la enseñanza, así como los conceptos y definiciones de distintos autores y teorías para el mejor entendimiento del desarrollo de la investigación. Se establece un recorrido metodológico con el fin de indagar sobre las distintas concepciones del diseño gráfico y su enseñanza en el taller de diseño.

A partir de las premisas y objetivos previamente planteados en el presente trabajo, que consisten en el estudio sobre la relación entre la concepción del diseño gráfico y la enseñanza en las IES en México. Dicho de otro modo, es de interés conocer cómo definen y conciben el diseño gráfico las universidades y cómo lo hacen formalmente cada una de sus comunidades educativas. Por otra parte, se busca indagar cómo se relacionan las concepciones aceptadas tácitamente respecto al diseño gráfico con la enseñanza en el taller, entendiendo al taller de diseño como el espacio primordial donde se desarrolla y se forma al alumno. Y por último, queremos explorar sobre las creencias de los docentes de diseño gráfico, en tanto reproductores de un enfoque particular de lo que es, o debería ser, el diseño gráfico.

1.7.1. Tipo de investigación.

Inicialmente cabe señalar que la presente investigación es de tipo cualitativa, la que según Vasilachis (2006) en su libro, *Estrategias de investigación cualitativa*, se conforma de distintos enfoques, tradiciones intelectuales y disciplinarias y cita lo siguiente:

En primer lugar, es necesario resaltar que la investigación cualitativa posee un conjunto de particularidades que la identifican como tal pero que, en nuestros días, se presenta fragmentada mostrando diferencias tanto entre las diversas tradiciones que abarca como en el interior de estas (p. 24).

De igual forma, Vasilachis (2006) fundamenta sobre las más importantes perspectivas y escuelas en la investigación cualitativa, haciendo sobre el trabajo

de Flick (2002), quién menciona: 1) la teoría fundamentada; 2) la etnometodología y el análisis de contenido, del discurso y de género; 3) el análisis narrativo; 4) la hermenéutica objetiva y la sociología del conocimiento hermenéutica; 5) la fenomenología y el análisis de pequeños mundos de la vida; 6) la etnografía; 7) los estudios culturales, y 8) los estudios de género.

Autores como Creweell (1998) sitúan a la investigación cualitativa como un conjunto de procesos interpretativos mediante diversas metodologías como la bibliografía, la fenomenología, la etnografía y el estudio de casos. Estos se hacen presente como parte esencial de la presente investigación, mediante las argumentaciones de Stake (2010) respecto a su lo que plantea en relación al estudio de casos, lo cual veremos más adelante.

Importante mencionar, que a su vez la presente investigación es correlacional, ya que como se mencionó anteriormente, el estudio en cuestión se centra en la correlación y la vinculación de lo siguiente:

- Las pautas programáticas de enseñanza institucional del diseño gráfico (en textos, documentos y programas).
- Las prácticas en el taller de diseño gráfico (en consignas de ejercicios, ejercicios y evaluaciones).
- Las distintas concepciones del diseño gráfico que tácitamente sostienen los miembros de una comunidad educativa (encuestas y entrevistas).

De igual forma resulta ser una investigación interpretativa, a lo cual Vasilachis (2006) citando a Denzin y Lincoln se refiere como:

Interpretativa. Es decir, que las investigadoras e investigadores cualitativos indagan en situaciones naturales, intentando dar sentido o interpretar los fenómenos en los términos del significado que las personas les otorgan. La investigación cualitativa abarca el estudio, uso y recolección de una variedad de materiales empíricos –estudio de caso, experiencia personal, introspectiva, historia de vida, entrevista, textos observacionales, históricos, interaccionales y visuales– que describen los momentos habituales y problemáticos y los significados en la vida de los individuos (como se cita en Denzin y Lincoln, 1994, p. 2).

Por lo anteriormente mencionado, es de suma importancia plantear que la presente investigación se sustenta en una búsqueda de información mediante:

- Una investigación documental (planes, programas, apuntes de clase).
- Un trabajo de campo y documental (observaciones, ejercicios y consignas del taller).
- Un trabajo de campo mediante entrevistas y encuestas.

Cabe señalar que la formación del corpus de investigación, está conformada por el análisis de los trabajos de los alumnos dentro de los talleres de diseño gráfico de semestres superiores al sexto o nivel seis de cursada como parte fundamental, la enunciación en su documentación institucional, plan de estudios y página web, así como las entrevistas con los docentes, directores involucrados en el desarrollo de la carrera y programas de clase de las cinco universidades previamente seleccionadas (ITSON, UIC, IBERO, UANL y EDINBA).

La obtención de datos por medio del diseño flexible tiende a ser de manera descriptiva según Vasilachis (2006), y estará abierto a nuevos panoramas en cuanto a la investigación y los datos a recabar. Los datos producidos a través de entrevistas, análisis de documentos e información y el trabajo de campo están íntimamente ligados a la interacción del investigador con dichos elementos.

Aunado a lo anterior, se tienen los estudios de caso. Según Stake (2010) basan su enfoque en una corriente interpretativa o cualitativa y se caracterizan por la interpretación de los datos. En efecto, la selección del caso se genera como resultado del recorte temático. A su vez, el estudio de caso prioriza el caso único, mediante el cual se genera su conocimiento a profundidad y se realzan sus detalles particulares. De ahí que este autor propone tres tipos de casos: intrínsecos, instrumentales y estudios colectivos de caso.

Mediante los estudios de caso se permite el acercamiento con los objetos de estudio, es decir, las universidades, sus docentes y proyectos en el taller de diseño, de quienes se infiere la concepción del diseño gráfico, mediante categorizaciones, enfoques y definiciones, las cuales se explican más adelante.

Del mismo modo, permite el acercamiento y el análisis de los documentos institucionales, planes de estudio, perfiles de ingreso y egreso en los cuales se ve reflejada la concepción antes mencionada en las universidades seleccionadas para el estudio. Además de implementar la recolección y el análisis de datos, se busca con ello contrastar los diferentes enfoques y definiciones del diseño gráfico plasmados en los documentos de estas universidades, en función de las categorizaciones que le dan a la disciplina dentro del taller de diseño.

De acuerdo con Vasilachis (2006) respecto a la recopilación de datos, menciona a la entrevista como instrumento esencial en la recolección de datos, así como el *focus group* y el análisis de documentos. Por consiguiente, dadas las condiciones del presente estudio, el desarrollo del proyecto y el objetivo general, cuya finalidad es el estudio de la relación entre la concepción del diseño gráfico y la enseñanza en el taller de diseño, conlleva mayormente a la utilización del análisis documental y las entrevistas, para el cruce de información en cuanto a las definiciones y el significado de la disciplina en bibliografías y documentos institucionales como puede ser: la misión, visión, propósitos objetivos y plan de estudios, parte esencial de las fuentes de información, de acuerdo a lo que definen y visualizan como diseño gráfico los entrevistados a través de sus testimonios.

Con respecto al análisis documental se indagará sobre planes de estudio y programas de clase. Por su parte, dentro del trabajo de campo se realizarán entrevistas referentes de la enseñanza del diseño gráfico, docentes y directores de los programas educativos en las distintas universidades mexicanas, se llevaron a cabo mediante visitas a los campus de las universidades seleccionadas. El objetivo de realizar las entrevistas de manera personal, tuvo la finalidad de conocer las perspectivas de los entrevistados y cuál era su concepto de diseño gráfico, sus trayectorias, objetivos y las expectativas que tuvieron cuando se iniciaron en la enseñanza del diseño, para así poder contrastarlo todo con su actualidad y apreciar las modificaciones, en caso de haberse dado algunas, en cuanto a la concepción del diseño gráfico y la enseñanza de hoy en día. La observación sobre el funcionamiento de los talleres de diseño gráfico, tiene como finalidad el estudio de cómo es que se relacionan los conceptos y definiciones de diseño gráfico con las actividades dentro de los talleres, la práctica, la teoría, y así

entender a profundidad los escenarios, en los cuales se desarrolla la enseñanza del diseño gráfico en algunas universidades de México.

De igual forma, se realizaron estudios descriptivos con el objetivo de informar sobre los hechos que se observaron durante el desarrollo del proyecto, tales como las diferencias y semejanzas que se encontraron en lo que se define como diseño gráfico y su enseñanza en el taller de diseño.

Con base en las necesidades de la presente investigación se estableció un diseño flexible debido a la posibilidad de apertura hacia nuevas rutas y hallazgos dentro del proceso de indagación y búsqueda de información, las cuales podrían generar cambios en los propósitos iniciales del estudio. De modo que el estudio en cuestión, presenta la aplicación de diversas técnicas e instrumentos para la recopilación de información.

El concepto de flexibilidad alude a la posibilidad de advertir durante el proceso de investigación situaciones nuevas e inesperadas vinculadas con el tema de estudio, que pudieran implicar cambios en las preguntas de investigación y los propósitos; a la viabilidad de adoptar técnicas novedosas de recolección de datos y a la factibilidad de elaborar conceptualmente los datos en forma original durante el proceso de investigación (Vasilachis, 2006, p. 67).

Por lo anterior y dado que inicialmente se plantea un estudio de caso, el trabajo es abordado desde un enfoque multimétodo. Ya que, al interior del caso particular de cada universidad seleccionada, se investigan y analizan los trabajos de los alumnos, los programas de clase, entrevistas de los docentes y observaciones sobre la enseñanza. Por consiguiente, los estudios realizados son en primera instancia de varios casos, todos ellos analizados desde diversos enfoques y técnicas de investigación.

1.7.2. Principales unidades de análisis (prácticas de enseñanza en las carreras de Diseño Gráfico de México).

Tomando en cuenta la magnitud del estudio y la necesidad de indagar acerca de la relación entre la concepción del diseño gráfico y su enseñanza en las cinco universidades mexicanas, se optó por tomar como **unidad de análisis a las**

prácticas de enseñanza en las carreras de diseño gráfico de ITSON, UIC, IBERO, UANL y EDINBA, teniendo a los **trabajos o proyectos finales del taller de diseño como las unidades de observación**, partiendo desde la consigna del ejercicio por parte del profesor, así como en los elementos y categorías del diseño que el docente toma en cuenta al momento de evaluar. Ya que de ello se desprende, el resultado de la relación en cómo es concebido el diseño gráfico.

De igual forma se revisaron los **documentos institucionales** en los que se enuncian los objetivos de los programas educativos y sus perfiles de egreso, las **consignas de los ejercicios planteados en el taller de diseño**, en el cual el profesor plantea el problema y los objetivos. Así como a los **diversos planes de estudio, mapas curriculares y modelos pedagógicos**, con los cuales se analizan las relaciones entre la concepción de la disciplina y la enseñanza en el taller de diseño.

Por último, se encontró a los **actores que forman parte del proceso de enseñanza** dentro de las IES, concretamente a los docentes y autoridades del programa educativo, cuyas creencias y desempeño van directamente ligados al tema en cuestión.

Los materiales recolectados representan los resultados en las cinco universidades incluidas en la investigación, resultante de la aplicación del cómo se concibe el diseño en cada institución, para posteriormente poder contrastarlo con lo expresado por los docentes, directores y alumnos de los programas académicos a través de las entrevistas.

1.7.3. Muestra.

Para la selección de los ejercicios o trabajos de los alumnos, la investigación se centró en los trabajos de los talleres de diseño de sexto y séptimo semestre, específicamente en cátedras como *Diseño de identidad visual*, *Diseño de marca*, entre otras. De igual forma, se analizan los criterios establecidos por el docente al momento de evaluar el trabajo, respondiendo a la interrogante ¿Qué es lo que evalúa?, para poder indagar en qué categorías del diseño se centra la consigna y evaluación por parte del docente. Entendiendo que las consignas de los ejercicios dan pie a la concepción del diseño gráfico, si el ejercicio va en función de dar una solución respecto a la venta de un producto, a

concientizar y sensibilizar a la sociedad sobre una problemática sociocultural, o si el ejercicio se evalúa en función de la calidad de la pieza diseñada.

En lo que se refiere al criterio de selección de los entrevistados, se tomaron en cuenta factores como la experiencia en el cargo y las funciones. En primer lugar ellos formaron parte esencial en el desarrollo de la carrera de diseño en sus universidades, y fueron partícipes en las modificaciones del plan de estudios en los últimos años. Igualmente, los profesores titulares del taller de diseño, en donde se desarrolla la columna vertebral de la carrera, son los que forman el carácter principal del alumno en relación con las competencias de la carrera y a las prácticas profesionales en las que se desempeñará el egresado. El taller de diseño gráfico es donde se ve reflejada la concepción del diseño a través de las estrategias didácticas.

En ese sentido, las muestras quedaron conformadas por los profesores titulares y los coordinadores del taller de diseño en los programas de diseño gráfico, de las cinco universidades seleccionadas para el estudio. Por coordinador se refiere al responsable con mayor jerarquía dentro del programa, a través de quien se toman las decisiones finales respecto a las estrategias didácticas, los objetivos y las modificaciones o ajustes en el plan de estudios.

En la selección también se tomó como parámetro un mínimo de 10 años ejerciendo la docencia en el programa de diseño gráfico dentro de la universidad, ya que se considera que dicho periodo es el adecuado para tener claridad en cuanto a la concepción del diseño gráfico, por parte de la institución y las definiciones y enfoques de los docentes, articulación con la cual se generan las estrategias didácticas. Aunado a lo anterior, se revisaron los cambios y transformaciones en la concepción de la disciplina, que a través de los años el profesor ha podido incorporar, con lo cual evoluciona su quehacer como docente. Es importante señalar que el presente trabajo no busca realizar un análisis comparativo entre universidades. La finalidad primordial de la investigación y el interés de su elaboración, radica en encontrar las similitudes y diferencias en la definición del diseño gráfico en las distintas instituciones y su enseñanza.

1.7.4. Categorías de análisis

En cuanto a las categorías del estudio, se tomó en cuenta el problema planteado, los objetivos y la hipótesis mediante la cual se establecen los supuestos de la investigación.

Dentro de los aspectos a relevar en el presente estudio se usaron como referencia los siguientes puntos:

- Enfoques, definiciones y conceptos del diseño gráfico.
- Coherencia entre los objetivos del programa educativo y la definición del diseño gráfico que aplican los docentes.
- Pertinencia respecto a la definición del diseño gráfico y la enseñanza.

Con respecto a las categorías de análisis del diseño gráfico se propusieron las siguientes perspectivas o enfoques, más recurrentes dentro de la enseñanza en algunas de las universidades mexicanas. Dichas categorías están respaldadas por la información y teorías de referentes del diseño gráfico como Margolín, Pelta, Frascara, Shoen, Mazzeo, entre otro, oportunamente mencionados en el Marco Teórico de esta investigación.

Las **categorías o variables** dentro de las cuales se centra esta investigación son:

- Diseño gráfico como arte.
- Diseño gráfico como comunicación, información o persuasión.
- Diseño gráfico vinculado a las problemáticas sociales.

1.7.5. Indicadores o definiciones operacionales.

Los indicadores utilizados en la metodología de la presente investigación, a los efectos de poner en evidencia de una determinada condición de las categorías señaladas son los que se enuncian a continuación. Es importante destacar que

los indicadores constituyen las maneras de medir o evaluar las variables o categorías.

Además mediante los indicadores presentados y las categorías del diseño previamente citadas, se pretende analizar ese cruce entre lo que se concibe como diseño gráfico y los ejercicios que realizan en el taller de diseño en función de las distintas concepciones. Por ejemplo, si los objetivos de carrera hablan de una concepción del diseño gráfico como un profesional solucionador de problemas sociales y el mejoramiento de la calidad de vida. Habría que analizar si en la enseñanza, consigna del ejercicio y evaluación se realiza respecto a dicha concepción.

Para la categoría Diseño como arte:

Elementos a considerar en la descripción, producción o evaluación de una pieza:

- Morfología
- Estructura compositiva: Leyes de composición
- Texturas. Retículas. Tramas
- Empleo del color y la luz: Tinte, valor, croma
- Estilo gráfico
- Técnica gráfica
- Calidad material de la pieza elaborada
- Tecnologías para su ideación o materialización

Consideración de las cualidades o habilidades positivas del estudiante:

- Sensibilidad
- Intuición
- Creatividad
- Destreza manual

Diseño como comunicación, información o persuasión:

Elementos a considerar en esta concepción del diseño gráfico :

- Manejo de la denotación y connotación

- Empleo de códigos gráficos
- Recursos retóricos utilizados
- Construcción del mensaje
- Narración
- Secuencia emisor/mensaje/público
- Eficacia comunicativa o informativa
- Eficacia persuasiva

Diseño gráfico vinculado a las problemáticas sociales:

Se tendrá en cuenta:

- Demandas de comunicación
- Función social del diseño
- Diferentes tipos de emisores sociales de mensaje
- Responsabilidad social del mensaje

Es importante mencionar que mediante las categorías y los indicadores presentados, se pretende analizar ese cruce entre lo que se concibe como diseño gráfico y los ejercicios que realizan en el taller de diseño en función de las distintas concepciones.

1.7.6. Consistencia de los Instrumentos propuestos.

Como se puede observar a lo largo de la investigación, al tratarse de un estudio cualitativo, el trabajo aborda la postura y definición que se tiene sobre el diseño gráfico en las universidades seleccionadas. Lo anterior se revisó en la enunciación en sus plataformas digitales institucionales, los testimonios de los docentes que participaron en la formación de la carrera y las modificaciones de los planes de estudio en los últimos 20 años, así como actas y otros documentos que den testimonio de aspectos relevantes en cuanto al desarrollo de la carrera en su concepción y sus propuestas de enseñanza.

Para la obtención de la información empírica se trabajó con las siguientes fuentes de información e instrumentos:

1. Caracterización de las diversas concepciones del diseño gráfico.

El trabajo en relación a los conceptos y definiciones del diseño gráfico tiene como propósito el reconocer e indagar cuáles son las concepciones del diseño gráfico, ya que dichos conceptos están íntimamente ligados con los contenidos y las propuestas de enseñanza en las universidades. Lo anterior se basa en el supuesto de que la enseñanza del diseño gráfico hoy en día sigue sustentada en concepciones que datan de hace más de 20 años. En algunos casos las definiciones y los enfoques se remontan a finales de la revolución industrial, con lo cual la enseñanza del diseño gráfico no responde a las necesidades actuales de la sociedad en la que se insertan los futuros egresados.

Tabla 1. **Caracterización de las diversas concepciones del diseño gráfico.**

Objetivo específico.	Identificar y caracterizar las diversas concepciones del diseño gráfico que manifiestan los referentes disciplinares.
¿Qué quiero saber?	- Las distintas categorizaciones del diseño gráfico. - Cómo definen diversos autores y referentes al diseño gráfico.
Técnica / Instrumento	Fuentes indirectas: Lectura bibliográfica y análisis de contenido.
Ubicación de los resultados	Marco Teórico.

Fuente: elaboración propia (2018).

2. Descripción de las concepciones sobre el diseño gráfico que tienen las instituciones, mediante el análisis de documentos institucionales de las universidades seleccionadas, programas y planes de enseñanza

El estudio de los documentos curriculares de las universidades permite determinar y categorizar el enfoque mediante el cual la institución de educación superior define el diseño gráfico. Además, a través de los mismos documentos se realiza el análisis de su relación con las estrategias didácticas, plan de estudios, contenidos, etcétera.

Dicho de otro modo, lo anterior busca responder a la siguiente pregunta de investigación: ¿de qué manera responden las universidades a la definición de diseño gráfico? y ¿cómo la plasman en su documentación institucional?

Las instituciones seleccionadas para estudiar el caso son las siguientes:

Escuela de Diseño de Instituto Nacional de Bellas Artes (EDINBA), Universidad Iberoamericana Puebla (IBERO), Instituto Tecnológico de Sonora

(ITSON), Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) y Universidad Intercontinental (UIC).

Con relación a los documentos, es importante mencionar que se trata de los planes de estudio y programas de curso, facilitados por los profesores titulares de las universidades y los responsables de programa académico. Así como la documentación expuesta en sus plataformas digitales, sitios web y folletería institucional, donde se exponen sus objetivos particulares, su misión, visión y los perfiles de ingreso y egreso. De su lectura y posterior análisis se podrá observar cómo conciben al diseño gráfico.

Tabla 2. Descripción de las concepciones sobre el diseño gráfico que tienen las instituciones.

Objetivo específico.	Describir las concepciones de diseño gráfico que manifiestan explícitamente las instituciones previamente seleccionadas en sus documentos institucionales (planes, programas y ejercicios).
¿Qué quiero saber?	La relación entre cómo definen al diseño gráfico las instituciones de educación superior y cómo lo plasman en su documentación institucional.
Técnica / Instrumento	Estudio de campo / registro / análisis documental / Observación/Entrevista Análisis de contenido.
Ubicación de los resultados	Capítulo 2 segunda parte: lo dicho.

Fuente: elaboración propia (2018).

3. Categorizar los elementos de las diferentes concepciones de diseño gráfico que se encuentran presenten en las prácticas realizadas en los talleres de diseño de sexto y séptimo curso de las IES seleccionadas.

Tabla 3. Categorización de los elementos de las diferentes concepciones de diseño gráfico.

Objetivo específico.	Categorizar los elementos de las diferentes concepciones de diseño gráfico que se encuentran presenten en las consignas de los ejercicios, en las prácticas realizadas y en las evaluaciones de esas prácticas.
¿Qué quiero saber?	Las prácticas que se desarrollan en los talleres, identificando los objetivos de aprendizaje y las pautas de evaluación.
Técnica / Instrumento	Estudio de campo / registro / análisis de imágenes y documentos/ Observación.
Ubicación de los resultados	Capítulo 3 segunda parte: lo hecho.

Fuente: elaboración propia (2018).

4. Vincular y analizar diferentes concepciones de diseño gráfico manifestadas en los trabajos y las consignas formuladas en el taller de diseño y por los profesores y directivos de las instituciones previamente seleccionadas entrevistas con docentes y alumnos.

Este punto tiene como finalidad responder al siguiente objetivo específico: analizar las diferentes concepciones de diseño gráfico que tienen los actores de las IES seleccionadas y responder a la pregunta de investigación: ¿cuál es la definición y el enfoque de diseño gráfico que emplean los actores de estas instituciones?

Tabla 4. **Vincular y analizar diferentes concepciones de diseño gráfico.**

Objetivo específico	Vincular y analizar diferentes concepciones de diseño gráfico manifestadas en los trabajos y las consignas formuladas en el taller de diseño y por los profesores y directivos de las instituciones previamente seleccionadas.
¿Qué quiero saber?	Las creencias, definiciones y enfoques sobre el diseño gráfico que sostienen los actores de las instituciones seleccionadas.
Técnica / Instrumento	Fuentes directas: Entrevista / Encuesta.
Ubicación de los resultados	Capítulo 4 segunda parte: Lo que cree y se piensa.

Fuente: elaboración propia (2018).

Segunda parte: Lo que se dice, lo que se hace y lo que se cree.

Capítulo 2: Lo que se dice.

El presente capítulo tiene como finalidad profundizar en la parte discursiva sobre la concepción del diseño gráfico, en las universidades mexicanas, entendiendo como se ha venido comentando a lo largo del trabajo, que se hizo una selección de cinco universidades dentro de la república mexicana.

Por tanto, a lo largo del presente capítulo se realiza un exhaustivo análisis sobre la documentación, los objetivos y perfiles de egreso, así como la enunciación de los programas educativos en diseño gráfico que forman parte del estudio en cuestión.

2.1. Un recorrido por la formación del diseño gráfico en México: el surgimiento de las primeras escuelas y el desarrollo de la profesión.

Para hablar sobre lo que se dice respecto a la concepción del diseño gráfico en las universidades mexicanas, es importante centrarse en los antecedentes históricos del diseño en México. Sus inicios, precursores y los movimientos que dieron origen a la disciplina en un país donde las manifestaciones artísticas y editoriales principalmente, se desarrollaron en torno a un gran crecimiento que se dio durante el período de 1920 a 1950. Si bien es cierto que la presente investigación no pretende profundizar sobre aspectos meramente históricos del diseño gráfico en México, es importante hacer un recorrido general sobre los hitos históricos o momentos que se consideran relevantes para el desarrollo y la formación del diseño gráfico. Posteriormente, se revisa la influencia de estos distintos escenarios y sucesos que dieron pie a la aparición de la primera escuela de diseño gráfico a nivel licenciatura, en el marco institucional de la educación superior en México.

Por lo anterior, es importante hablar del trabajo de Troconi (2010) en su libro *Diseño gráfico en México 100 años 1900 – 2000*, en el cual se menciona a Gabriel Fernández Ledesma como uno de los iniciadores de movimientos en el arte y la artesanía, a través de la utilización de la xilografía y el grabado, técnicas que generaron los primeros productos, resultado de una integración visual y la búsqueda de una unidad gráfica. Por otro lado, la actividad editorial data de los

años veinte con la aparición de la Editorial Porrúa y la primera revista posrevolucionaria: *México Moderno*.

Con el paso de los años y los diversos movimientos posrevolucionarios, políticos y sociales, el gobierno invirtió grandes sumas de dinero en la publicación y la distribución de libros y productos editoriales. Aquí es donde vuelve a aparecer el nombre de Fernández Ledesma, quien junto con Francisco Díaz de León, realizaron grabados y diversos trabajos para las publicaciones más notables y sobresalientes en México entre 1920 y 1930. Para los años posteriores a 1940, ambos alcanzan su etapa de mayor esplendor: diseñaban, escribían e ilustraban. Entre su extensa producción editorial destacan las obras: *Calzado mexicano*, *Cactlis y Huaraches*, *Viaje alrededor de mi cuarto*, *Su primer vuelo*, entre otras. También destaca su participación en diferentes tópicos directamente relacionados con el trabajo gráfico de ambos autores. Fernández Ledesma generó diversas obras plásticas e incursionó en la producción de escenografías para teatro. Díaz de León, por su parte, colaboró en algunas de las mejores revistas de su época, así como en la historia crítica de la tipografía en la Ciudad de México y fundó la Escuela de las Artes del Libro.

Retomando un poco los enfoques y diversas corrientes que concebían la disciplina del diseño gráfico, se encuentra que dichas instituciones tenían una percepción con un enfoque en las artes y los procesos de impresión y producción, así como con todo lo relacionado con el trabajo de la creación de objetos y productos. Con el paso de los años y los nuevos patrones de consumo, la actividad fue tomando diversas líneas de especificación que tomaron bastante fuerza, ejemplos de ellos son el diseño editorial y el desarrollo de marcas, específicamente la elaboración de logotipos e identidades corporativas, casos que analizarán a mayor profundidad más adelante.

No fue sino hasta inicios de los años noventa, cuando a través de las diversas transformaciones socioeconómicas en México, se inicia la consolidación de la disciplina en la educación superior. Como resultado de la formalización de los encuentros, foros, investigaciones y publicaciones en torno al debate de diseño gráfico, en 1990 surgen ENCUADRE, CODIGRAM, COMAPROD y un sinnúmero de escuelas de diseño gráfico.

Sin embargo antes de entrar a detalle con la década de los noventa y los grandes cambios y acontecimientos en el diseño gráfico, en lo relacionado a las escuelas y su enseñanza, es de suma importancia hacer una retrospectiva respecto a finales de los años sesenta, como parte de un parteaguas en la enseñanza del diseño gráfico en México.

2.1.1. La gráfica mexicana de finales de los años sesenta: Juegos Olímpicos de 1968.

Hablar del diseño gráfico en México y sus inicios, es sinónimo de hablar de la gráfica de los Juegos Olímpicos de 1968 y la llegada del diseñador norteamericano Lance Wyman. Sus aportaciones datan de finales de los años sesenta con su intervención en el proyecto de la identidad gráfica para los juegos, invitado por el Arq. Pedro Ramírez Vázquez. La importancia de Lance Wyman en el diseño gráfico mexicano, radica en la influencia indudable que tuvo en la situación en la que se encontraba la disciplina en este país, la cual era considerada nueva y poco explorada.

El México moderno había heredado muchos rasgos prehispánicos que realzaban su individualidad, mismos que hoy se consideran típicos de la cultura nacional. Uno de esos rasgos se vio perfectamente plasmado en la imagen de los Juegos Olímpicos de 1968.

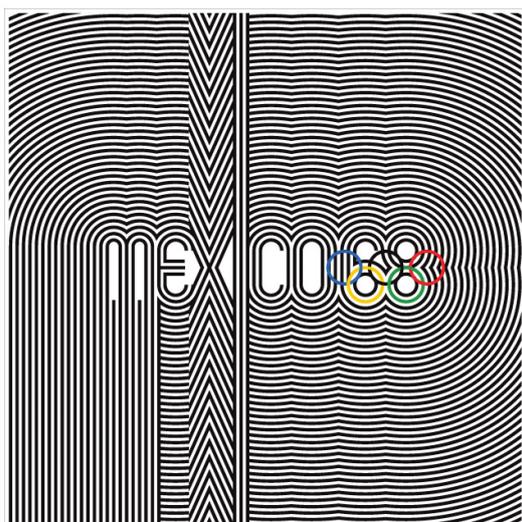


Figura 5. Logotipo de los Juegos Olímpicos de 1968.
Fuente: Troconi (2010).

Cabe mencionar que a juicio personal el logotipo de México 68, es visualmente poderoso y memorable por el flujo armónico de oposiciones, por la nitidez y el acierto de sus colores, pero ante todo por la síntesis que logró: el ser mexicano dentro de la tradición contemporánea.



Figura 6. Aplicación de marca en vestido para la ceremonia de los Juegos Olímpicos México 1964.
Fuente: Troconi (2010).

Se dice que es a partir de un diseño huichol, que surge el primer componente del logotipo de las olimpiadas. Los huicholes son un pueblo indígena mexicano, que a pesar del paso del tiempo y de los crecientes contactos con el mundo exterior, ha logrado mantener y defender hasta el día de hoy, no solo sus tierras, sino principalmente sus creencias y tradiciones ancestrales.

En la década de 1960, la definición de la identidad cultural nacional era un tema prácticamente ineludible, que contaba ya con una larga e influyente tradición en la reflexión artística e intelectual del país. El pasado histórico de la nación, integrado por la rica herencia prehispánica y la difícil asimilación del fuerte impacto de la colonización y la imposición de la cultura europea, aunado al

redescubrimiento de las diversas etnias autóctonas del país y todo esto estimulado por el movimiento revolucionario de 1910, habían puesto el tema de la identidad nacional en el centro del debate cultural mexicano.

Para Beatriz Trueblood y Eduardo Terrazas, encargados del departamento de Publicaciones y Diseño de los Juegos Olímpicos de México la historia del país, sus tradiciones y la modernidad. Para ello recurrieron al rico pasado cultural mexicano. Su labor no era sencilla, pues para lograr tal encomienda se requería del conocimiento del folklore mexicano y de los estilos modernos del arte y del diseño: se debía presentar a México como un país moderno en pleno desarrollo y con un pasado significativo en su historia, tradición y cultura.

Es importante destacar que en los años sesenta, el arte huichol logró una intensa identificación con los mexicanos, no solo con las exquisitas cualidades estéticas de su producción artística, sino también con la creatividad, originalidad y determinación de los huicholes, que en el contexto del nacionalismo posrevolucionario que en México sobrevivía victorioso al paso del tiempo, parecía ejemplificar la esencia misma de su cultura.

Por otra parte, una fuente de inspiración de suma importancia en el desarrollo de la imagen de los Juegos Olímpicos de México, fue la vanguardia del *op art*, mediante la cual se complementaban de una manera perfecta los rasgos y el arte huichol con las líneas y trazos y la sensación de movimiento, características principales de esa corriente. A través de las composiciones con patrones geométricos en blanco y negro o con colores contrastantes y variados, los artistas *op* crearon efectos de movimiento de carácter hipnotizante. Una de las principales características de la imagen de los Juegos Olímpicos de México 68, fue el manejo y la aplicación de la abstracción de figuras basadas en un objeto, en contraste con las olimpiadas precedentes, Tokio 64, donde se manejó la figura humana como elemento principal de los pictogramas y símbolos de cada actividad y deporte (ver Figura 7).



Figura 7. Elementos de iconografía y señalética para los Juegos Olímpicos México 1964.
Fuente: Troconi (2010).

Si bien es sabido que el diseño de dichos pictogramas tenía un toque moderno, funcional y basado en pocos elementos, existe una relación directa con los códigos y artesanías de la cultura huichol, así como la perfecta armonía de color en cada una de las piezas elaborada para los juegos.

A más de 50 años, la imagen y el diseño de los Juegos Olímpicos de México 68 siguen marcando un estilo en el mundo, que ha perdurado en la actualidad como un sistema totalmente funcional, pregnante y de alto impacto visual.

En resumen, la gráfica de los Juegos Olímpicos de , se desarrolló en un entorno ajeno a la profesionalización del diseño gráfico, ya que los diseñadores mexicanos que participaron en el proyecto, tenían en su mayoría una formación en el área del diseño industrial y algunos en arquitectura. Esto se debió a la falta de escuelas que formaran diseñadores gráficos de manera profesional, quienes pudieran dar soluciones a las problemáticas sociales y de mercado en el país en ese momento.

Fue entonces que a raíz de esa situación y en paralelo con el desarrollo industrial y comercial del país, las miradas de la sociedad y el mercado voltearon hacia lo que en aquel entonces era una nueva disciplina profesional, a través de la cual se podrían solventar los problemas de comunicación y publicidad, que entonces eran atendidos por artistas, cartelistas o personas con aptitudes afines a la comunicación. La sociedad en general requería de profesionales, que fueran expertos en la materia. Así surge la primera carrera de diseño gráfico en la Universidad Iberoamericana, justamente en el año de la celebración de los juegos olímpicos.

El arquitecto Fernando Rovalo comenta al respecto:

“Si bien antes de 1968 la licenciatura en diseño gráfico, muchos de los problemas y de las asignaturas que se plasmaban en la enseñanza del diseño industrial tenían cierta afinidad en los conceptos, productos, formas y funciones basadas en el diseño gráfico. Por consiguiente, tenemos como ejemplo las manifestaciones del programa de identidad visual de los juegos olímpicos de 1968 en el cual el equipo encargado del proyecto se formó en su gran mayoría con diseñadores industriales y arquitectos. De ello se deriva que las concepciones iniciales de los primeros profesores de la Universidad Iberoamericana partieran de un enfoque del diseño industrial y la arquitectura” (Rovalo, comunicación personal, 30 de octubre, 2017).

Lo anterior generó un crecimiento a gran escala del número de escuelas, los métodos de enseñanza y la profesionalización de la disciplina.

La importancia de la realización de estos juegos en México para el desarrollo del diseño gráfico, radica en cómo se dio un despertar de la profesión en la sociedad. Es decir, se tomó conciencia de todo lo que se podía hacer para y por la sociedad a través del diseño gráfico. Asimismo, se generó un notable incremento en las necesidades de mercado que se podían satisfacer mediante el diseño. De esta manera se hizo evidente la falta de una carrera profesional donde se formará a los futuros diseñadores.

Por lo anterior, la imagen de los juegos olímpicos de 1968 representa un hito histórico y referente en cuanto al diseño gráfico en el país.

Tal como lo comenta la profesora e investigadora María González en su artículo, *Diseño Gráfico en México (2005)*, en la revista *Tipográfica*, en el cual menciona lo siguiente:

“La carrera de diseño gráfico se fundó en México en un clima de júbilo y emoción. Los juegos Olímpicos México 1968 desencadenaron un furor generalizado por la práctica del diseño gráfico; un nuevo lenguaje se generaba: nuevas formas, estilizaciones, tipografía, sistemas gráficos, iconos que representaban deportes o actividades culturales, etc. Esta explosión de formas y colores contrastaba con la grave situación que acababa de superar el país. Decenas de estudiantes habían sido asesinados en la Plaza de las Tres Culturas en Tlatelolco después de una protesta estudiantil pacífica”(p. 34).

En consonancia con lo anterior, la carrera de diseño gráfico en México abría sus puertas en un escenario de inestabilidad política y social. Factor que según lo mencionado por González de Cossio (2005), sirvió como contrapeso a toda esa atmosfera del momento.

2.1.2. Los años noventa: las nuevas tecnologías y los gremios del diseño gráfico.

El salto de las nuevas tecnologías, el *boom* de la computadora y los diversos dispositivos digitales, que generaron un cambio fundamental en el diseño editorial y el diseño de carteles, constituye un parteaguas y da inicio a una nueva era para la disciplina del diseño gráfico en México.

Troconi (2010) comenta acerca del surgimiento de las asociaciones de diseño, que se dio a través de los múltiples cambios en las políticas de comercio exterior y el incremento en el número de egresados de la disciplina. Dichas asociaciones surgieron a partir de los años setenta, específicamente en el Centro de Diseño del Instituto Mexicano de Comercio Exterior en 1971, institución mediante la cual se fomentaba y apoyaba la actividad del diseño de calidad, así como la inserción de los diseñadores en el comercio y la economía del país.

Con el paso de los años y el desarrollo del diseño gráfico, en México surgieron nuevas asociaciones entre las que se destacaron: el Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México (CODIGRAM), Trama Visual, Quórum, entre otros. El primero creado en 1984 se formó por un grupo de diez despachos de diseño, cuya finalidad se centraba en difundir la actividad del diseño mexicano. En el caso de Quórum formado en 1985, se centró en promover la calidad y el trabajo del diseño mexicano, mediante una ceremonia anual de

premios donde se da a conocer y se reconoce el talento del diseño en México. Por su parte Trama Visual nació en 1989, al igual que la Bienal del Cartel de México y finalmente en 1991 nace ENCUADRE, en el cual se generaron publicaciones y debates sobre el diseño gráfico, entre distintas universidades del país, así como la generación de productos tales como artículos, publicaciones e investigaciones, que ayudaron a dar una mayor solidez a la disciplina y a la percepción en el plano profesional y laboral, ejemplo de esto son la revista *Encuadre*, el *Encuentro Nacional de Diseño gráfico* y el *Congreso Académico de Escuelas de Diseño gráfico*.

La Primera Bienal Internacional de Cartel en México, se llevó a cabo en 1990, organizada por Trama Visual y la intervención de la Secretaría de Relaciones Exteriores, Conaculta (hoy Secretaría de Cultura), el Instituto Nacional de Bellas Artes, la UAM y la UNAM. Dicho suceso marcó un precedente de total relevancia en la historia del diseño gráfico mexicano, dándolo a conocer más allá de las fronteras y otorgándole el reconocimiento internacional.

Diseñadores de la talla de Milton Glaser, Vicente Rojo, Shigeeo Fukuda, entre otros, respaldaron la calidad y el nivel de la Bienal con su participación como jurados. Con este apoyo se proyectó al diseño gráfico mexicano en el plano internacional, ya que múltiples diseñadores a través de sus trabajos, destacaron alrededor del mundo a partir de la Bienal.

Otro de los proyectos de gran exposición e impulsor del diseño gráfico mexicano fue la exposición *100 Carteles Mexicanos*, la cual se presentó con éxito en países como Inglaterra, Rusia, Francia y Japón.

Es importante señalar que en los años noventa, en el periodo de crecimiento y expansión del diseño gráfico mexicano, la actividad y el reconocimiento social y del gremio se centraba mayormente en actividades como la ilustración, el cartel y la tipografía. Sin embargo, fue en la década de los noventa donde se desencadenó un incremento en la cantidad de despachos y agencias publicitarias, que emplearon diseñadores gráficos con una función fundamental en el desarrollo de logotipos, identidades visuales y desarrollo de marcas.

2.1.3. Revistas de diseño.

Con el crecimiento de la profesión y la elaboración de productos, se generó una nueva percepción social sobre la cultura visual, así como una mayor exigencia en la estética, la calidad gráfica y elementos del diseño que antes pasaban totalmente inadvertidos ante los ojos de la sociedad y el mercado en general. Tal como lo menciona Troconi (2010):

Si bien entre la década de 1960 y la de 1980 destacaron los suplementos culturales y los periódicos que hemos revisado, en la década de 1990 perdieron fuerza frente a dos nuevos paradigmas: el primero fue un nuevo diseño periodístico, cuyo modelo fue el periódico *Reforma*; y el segundo fue de la revista *Viceversa*, que ofrecía un diseño ecléctico y relajado (p. 323).

Cabe señalar que estos casos enfocaban el diseño editorial en la calidad visual y una gama de color más dinámica. Con ello la reingeniería de los periódicos, revistas y de cierta manera todo lo referente al diseño editorial, condujo a la aparición de un gran número de publicaciones que día con día abrían las puertas a las nuevas camadas de diseñadores gráficos egresados de las universidades mexicanas. Si bien es cierto que no se tiene con exactitud la concepción o la definición del diseño gráfico, ni en las escuelas que ofrecen la carrera de diseño gráfico así como tampoco en las empresas que actúan como empleadores de los profesionales de la disciplina, es evidente que las modificaciones en las enseñanzas en el taller de diseño, se mueven poco a poco hacia un perfil en el hacer de las competencias y aplicaciones del diseño editorial.

Fue a inicios de los años noventa que se dio un notable incremento en las revistas alternativas del país. Estas generalmente ubicadas en la Ciudad de México, Tijuana y Monterrey, buscaban una nueva generación de contenido con una marcada diferenciación respecto a las publicaciones y revistas existentes de la época, cuyo enfoque era cultural en su mayoría.

De igual forma aparecieron en la escena editorial revistas como: *Complot*, *Viceversa*, *Milenio Semanal*, *Switch* y *Macrópolis*. Según Troconi (2010), este tipo de publicaciones y revistas dieron gran cobijo a los nuevos diseñadores gráficos que emergían de las universidades hacia el panorama laboral, quienes entendían

la importancia del diseño gráfico y sus competencias para dar una mayor calidad en la estética visual, formas y diversos elementos, lo cual daba a las distintas publicaciones, una riqueza visual que despertaba el interés en los lectores por su valor y composición gráfica, más allá de la necesidad básica de información y lectura.

Incluso cuando las revistas antes mencionadas no eran publicaciones especializadas en diseño, trataban temas de música, moda y una afinidad con tópicos de la cultura visual a través de la utilización de tipografías, fotografías y una gama cromática, despertando así el interés por la disciplina, lo cual se vio reflejado en el incremento en el número de alumnos que ingresaron a la carrera de diseño gráfico en las universidades mexicanas.

Poco a poco el diseñador gráfico, tanto en lo profesional como en la esfera de la educación y en la formación que se le daba en las universidades, se fue nutriendo de nuevos valores y conocimientos que generaron modificaciones en torno a la concepción del diseño gráfico. Incluso, estas corrientes editoriales que generaron nuevos conceptos y conocimientos en el ámbito del diseño, creando una necesidad en el plano comercial en relación con el diseño editorial. Es decir, la utilización de las formas, tipografías, colores y elementos visuales del diseño editorial y de revistas, se trasladó al plano comercial y publicitario, dando como resultado un incremento en la inserción de los diseñadores gráficos en el plano laboral.

Lo anterior despertó la necesidad de contar con revistas especializadas en diseño, mismas que dieron un enorme impulso a la expansión de la disciplina y al interés de los estudiantes, profesionales y la sociedad misma en el diseño gráfico.

Revistas de diseño como *Lúdica*, *Matiz*, *a! Diseño*, entre otras, se enfocaban en reconocer y difundir el trabajo del diseño gráfico y generar así un acercamiento con el sector empresarial, para una mayor consolidación de la disciplina en el país.

Es así como algunas de las IES tuvieron un acercamiento con algunas de las revistas de diseño, con lo que se dio un impulso a la actividad mediante congresos, foros y movimientos que apoyaron la consolidación del gremio ante la sociedad y el sector empresarial. Las conexiones y redes de contactos entre las universidades y los grandes referentes del diseño gráfico a nivel mundial se

facilitaron. De igual manera, estas publicaciones contribuyeron a la expansión de las funciones del diseñador, a quien entonces solamente se le encomendaba la elaboración de productos para el cliente, para convertirlo en un profesional con la capacidad de publicar artículos, investigaciones y asumir nuevas tareas en el diseño gráfico.

2.1.4. Identidad y desarrollo de marca.

Como se mencionó anteriormente, el desarrollo del campo laboral en el diseño gráfico en México fue notable en la década de 1990. Al igual que el diseño editorial, había otras ramas con un crecimiento y desarrollo importante en su aplicación, en el denominado diseño empresarial: el desarrollo de marca, la identidad visual de las empresas, diseño de logotipo, por citar algunos casos, surgieron como algunas de las principales labores de los diseñadores gráficos de aquellos años.

Al respecto Troconi (2010) menciona:

La década de 1990 es fundamental para el diseño empresarial, pues durante este periodo nacieron una gran cantidad de despachos: Estudio Graphik (1990), Printt Diseñadores (1990), Grupo Manuscrito (1990), Praxis Diseñadores y Asociados (1990), Stega Diseño (1992), Diseño Forum (1993), José Ferrer Diseñadores (1993), Grafic Atelier (1994), De Puro Corazón (1995), Retorno Tassier (1995) y Diseño Asociados (1996) (p. 362).

A la par del nacimiento de los despachos o agencias de diseño, se desarrollaron las figuras del diseño gráfico especializadas en el medio del diseño corporativo, identidad visual y desarrollo de marca. Nombres como Eduardo Calderón, Gonzalo Trassier, Carlos Fernández, por citar algunos de los referentes de la década de los noventa, fueron elementos clave en el crecimiento y el reconocimiento de la disciplina en el escenario empresarial. A raíz de ello, nuevas concepciones se generaban en el imaginario de la sociedad, el mercado y al interior de las universidades, concepciones que definían al diseño como una actividad que resolvía problemas de índole comercial, ya que los proyectos generados impulsaban al reconocimiento de las empresas en cuanto a la cuestión visual, de marca y obviamente del diseño de sus productos. Dicho de otro modo,

la percepción del diseño gráfico se fortalecía como una disciplina integral y multidisciplinar, que iba más allá del solo hecho de crear piezas visuales como carteles, ilustraciones y el ya mencionado diseño editorial, y se presentaba como una herramienta que impulsaba al sector empresarial, desde los sistemas gráficos para la representación de empresas, servicios o productos, mediante estrategias de comunicación y hasta la elaboración de logotipos de empresas de talla internacional como Aeroméxico, GNP, Imevisión, entre otros.

Lo anterior tuvo como consecuencia que las estrategias didácticas dentro de las universidades donde se ofertaba la carrera de Licenciado en Diseño Gráfico, enfocaran sus esfuerzos en la enseñanza de asignaturas como identidad visual, el desarrollo de marca y los diversos conceptos y elementos que refieren al *branding*. Mismos que en la década de los noventa fueron pieza clave en el crecimiento de la disciplina, debido a la demanda por parte del sector comercial y empresarial. Generando así concepciones que iban más allá de la creación y elaboración de piezas únicas por los diseñadores como el cartel, la ilustración o sencillamente *dibujos* como comúnmente lo percibía la sociedad en general.

De tal manera, que el rumbo del diseño gráfico en México se afianzaba cada vez más en el ámbito profesional, desencadenando en un incremento en los alumnos inscritos en las universidades que ofertaban la carrera de diseño gráfico. Así como la apertura de nuevos programas académicos en universidades que no contaban con la enseñanza de diseño, como los casos de la Universidad de Guadalajara, la Universidad de las Américas, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, entre otras.

2.1.5 Las primeras escuelas de Diseño en México.

Las primeras escuelas de diseño gráfico en México se desarrollaron bajo esquemas y enfoques artísticos y una concepción sobre el hacer; los carteles, ilustraciones, letras y los trabajos impresos, fundamentalmente libros, dieron inicio a la actividad del diseño gráfico en el país.

La información y el material necesario para una exhaustiva búsqueda de los inicios de la enseñanza del diseño en México no son muy amplios; sin embargo, se puede partir de los inicios de escuelas de artes, pasando por *Artes Visuales*, hasta llegar a la concepción de la Licenciatura en Diseño Gráfico.

La historia de las escuelas de diseño gráfico en México se fundamenta en una escasa documentación original. Parte de la estructura de dicha historia se basa principalmente en testimonios de los actores principales que formaron parte del proceso inicial de desarrollo de la disciplina en el país. De cualquier manera, la información recabada al momento mediante los testimonios, documentos y bibliografía respecto a la enseñanza del diseño gráfico y las escuelas que insertaron la enseñanza de la disciplina en sus aulas, da como resultado los escenarios de desarrollo de lo antes mencionado, generando así un mejor entendimiento en cuanto a las concepciones del diseño gráfico y las formas de enseñar y aprender en las IES en México.

Los inicios de las primeras escuelas de diseño gráfico parten de la práctica de la enseñanza de las artes, el dibujo y la tipografía. Así pues, la enseñanza del diseño en México tiene sus primeras referencias en las escuelas de artes, específicamente en los talleres de cartel y letras, mismos que iniciara Diego Rivera en la *Academia de San Carlos* en 1929. Posteriormente en 1938 se crea la *Escuela Nacional de Artes Gráficas* en la calle de Bucareli y en 1939 comienzan los cursos de dibujo publicitario en San Carlos, impartidos por Manuel Rodríguez Lozano. Finalmente nace el *Instituto de Dibujo Publicitario y Artístico* en 1940, fundado por Raúl Robles Ríos (Troconi, 2010).

Diversos hechos históricos se suscitaron entre 1940 y 1950 referentes a la enseñanza del diseño; talleres, cursos de dibujo, arte publicitario, entre otros se destacaron en la enseñanza del diseño gráfico y de las actividades referentes a lo que hoy en día conocemos como diseño gráfico. En la década de los 40 se desarrolló un notable crecimiento en cuanto a la enseñanza y los talleres antes mencionados, esto como parte de un crecimiento social, político y cultural, que tomaban en la actividad una base de complemento o apoyo mediante el cual se podían satisfacer necesidades de la época, entre las que destacan las campañas de militancia y campañas políticas. A Ello se le une la figura del diseñador italiano Albe Steiner, quien a finales de la década de los cuarenta tuvo sus años dentro del oficio del diseño gráfico mexicano, destacándose por dejar un estilo muy limpio y legible en productos editoriales generalmente de índole política y partidista.

Al igual que Steiner, Hannes Meyer un referente internacional en el diseño, actor fundamental en el escenario de la enseñanza del diseño gráfico, pasó más de 10 años en México según lo publicado por Troconi (2010). Meyer en sus diversas aportaciones al diseño en México, estableció un modelo en el diseño editorial, que se centraba en el diseño editorial.

En 1949 salió a la luz *El Taller de Gráfica Popular*. Doce años de obra gráfica colectiva, un álbum en español y en inglés con prólogo de Leopoldo Méndez , editado por Meyer y diseñado por él y su esposa, Lena Bergner. Esta publicación de 190 páginas incluye la obra de 50 artistas, entre los que destacan los Anguiano, Arenal, Charlot, Covarrubias, Chávez Morado, Méndez, Meyer, Montenegro, Posada y Zalce” (Trocono, 2010, p. 130).

Posteriormente a inicios de los años cincuenta emergen los trabajos de la fotografía, el cine, las revistas y el diseño editorial. Mismas que en gran parte se complementaban de la ilustración, el cartel y el dibujo en general, fortaleciendo así la actividad y el oficio del diseño gráfico.

En 1949 se fundó, a instancias y bajo la dirección de José Chávez Morado, el *Taller de Integración Plástica*, el cual pasó a formar parte del recién creado *Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura*, en un espacio del edificio colonial de La Ciudadela, cedido a través del arquitecto Pedro Ramírez Vázquez, por el entonces Jefe del Departamento de Conservación de Edificios de la Secretaría de Educación Pública. El objetivo pedagógico era la enseñanza por *la práctica* de la realización de murales y escultura monumental: el arte público.

En el mismo edificio de La Ciudadela, los arquitectos Carlos M. Lazo Barreiro, entonces titular de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas (SCOP), y Raúl Cacho fundaron en 1952 los Talleres de Artesanos *Carlos M. Lazo*, dependiente de dicha secretaría.

Hasta que finalmente en 1958 surge el Centro Superior de Artes Aplicadas del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA).

A finales de 1961, el Instituto Nacional de Bellas Artes encomienda al maestro José Chávez Morado la organización de la Escuela de Diseño y Artesanías (EDA), que inicia clases en febrero de 1962, con su primera carrera profesional de Diseñador Artesanal.

Según los datos históricos, se tiene que la primera carrera de diseño gráfico en México abrió sus puertas en 1968 en la Universidad Iberoamericana, siendo hasta 1974 la fecha cuando se expidió el primer título de diseño gráfico en el nivel de licenciatura por una universidad mexicana. Cabe resaltar que previamente las carreras de diseño gráfico e industrial, no contaban con el reconocimiento oficial por la Universidad Iberoamericana (Kloss, 2010).

Ya hemos mencionado que las primeras escuelas de arte y dibujo dieron paso a las actividades de lo que después sería conocido como diseño gráfico. Sin embargo, para Kloss (2010) la disciplina dentro de las escuelas tiene sus inicios en los talleres de *Carteles y Letras* de Diego Rivera en la Academia de San Carlos. Así como en la Escuela Nacional de Artes Gráficas en Bucareli. Después continuaron las manifestaciones de cursos y talleres donde se impartían actividades relacionadas con la comunicación gráfica, entre las que destacaban el Centro Superior de Artes Aplicadas (CSAA) en 1958 y la Escuela de Diseño y Artesanías en 1962, que contaba con la carrera en diseño artesanal entre sus propuestas de enseñanza, la cual, *concebía al diseño como una profesión* en palabras del mismo Kloss (Troconi, 2010, p. 292).

Ya iniciada la década de 1960 abrió sus puertas la carrera de Diseño Industrial en la Escuela Nacional de Arquitectura. En 1970, la Universidad de las Américas comienza a ofrecer la Licenciatura en Artes Liberales. En ella, se integraron contenidos y tópicos directamente relacionados con el diseño gráfico. Mientras tanto en otros lugares fuera del centro del país, tomaba fuerza la disciplina. En el Estado de Nuevo León en 1973, se pone en marcha la carrera de diseño gráfico en la Universidad de Monterrey.

Posteriormente, en la Universidad Autónoma Metropolitana, con el arquitecto Pedro Ramírez Vázquez al frente, nace la Licenciatura en Diseño Gráfico en 1974, partiendo de una escuela cuyos fundamentos se encontraban ajenos a la concepción del diseño gráfico insertado en el área de las artes o la arquitectura, tal y como había sucedido con las primeras escuelas que ofrecían la enseñanza del diseño.

El modelo educativo que en aquellos tiempos suponía cierta independencia de las áreas mencionadas, se desarrolló bajo tres marcos: teórico, metodológico y operativo.

Más tarde en la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) de la ciudad de Monterrey se crea la Escuela de Artes Visuales, donde se otorga el título académico de Técnico en Artes Visuales. El objetivo de la universidad era la formación y consolidación de la escuela, hasta lograr oficializar el título a nivel licenciatura (UANL, 2016). Sin embargo, no fue sino hasta 1980 cuando cobró forma la Licenciatura en Artes Visuales con especialidades en Artes Plásticas y Gráficas.

En palabras de uno de los fundadores y docente de la carrera en diseño gráfico por la UANL, Enrique Ruíz, la universidad adaptó a sus métodos de enseñanza muchos elementos y conceptos sobre el diseño gráfico utilizados por la UNAM, institución que en ese entonces había incorporado diversas disciplinas a la enseñanza del diseño, tales como filosofía, antropología y el pensamiento reflexivo sobre la disciplina (Ruíz, comunicación personal, 14 noviembre del 2016).

Por su parte, la Universidad Intercontinental abrió sus puertas a la Licenciatura en Diseño Gráfico en 1984. A ella se sumaron nuevas aperturas de la Universidad Iberoamericana en sus distintos campus, como en la ciudad de León en 1988 y así continuó el incremento de nuevas escuelas de diseño a lo largo de la República Mexicana.

En 1991 se forma Encuadre de Instituciones de Enseñanza Superior de Diseño Gráfico y del Diseño de la Comunicación Gráfica:

Encuadre es una poderosa herramienta de gestión colectiva de los problemas que afectan a las escuelas de diseño gráfico y disciplinas afines, como diseño de la comunicación gráfica, diseño de la información, artes visuales, etcétera, a nivel superior en México y sin otro propósito que el de elevar la calidad de la enseñanza y la investigación en esta disciplina (Encuadre, 2016).

Los socios numerarios fundadores al 6 de febrero de 1991 son:

- Instituto Nacional de Bellas Artes / Segundo Pérez Cuevas
- Universidad Nacional Autónoma de México / Adrián Flores
- Universidad Anáhuac México Norte / Luis Antonio Rivera Díaz
- Universidad Anáhuac México Sur / Francisco Fuentes de la Vega†
- Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco / Liliana de Lassé

- Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco / Jorge Humberto Guzmán Aldaco†
- Universidad de las Américas Puebla / Luis Carlos Herrera
- Universidad Iberoamericana / Abelardo Rodríguez González†
- Universidad Intercontinental / Marcela Castro Cantú
- Universidad La Salle / Laura León
- Universidad Simón Bolívar / Miguel Ángel Aguilera ⁷

Es evidente que los firmantes del acta de Encuadre tenían un papel fundamental en la enseñanza del diseño gráfico. Para la mayoría de ellos, el diseño gráfico significaba una disciplina cuya principal problemática radicaba en la falta de una claridad en los conceptos y la definición de la disciplina misma, así como un déficit en la investigación y publicaciones sobre la profesión. De ello resultaba la falta de claridad y concepción errónea en lo que la sociedad percibe y define a la disciplina; en consecuencia, el valor como disciplina profesional que se le atañe al diseño gráfico, carece de solidez con respecto a otras disciplinas.

En los años posteriores, la aparición de escuelas de diseño gráfico en las universidades mexicanas, tuvo un notable incremento en el país. Universidades como la Universidad de Guadalajara, Universidad La Salle en sus diferentes campus, el ITESO y la Universidad de Ciudad Juárez, fungieron como punta de lanza para el crecimiento de la enseñanza del diseño gráfico en México y el desarrollo de nuevos organismos, foros, agrupaciones y movimientos mismos que hicieron de los años noventa un periodo de solidez para la disciplina en el país. Lo anterior desencadenó la diseminación de las escuelas de diseño en la república, surgieron escuelas en los estados de Sinaloa, Yucatán, Baja California, por citar algunos, más alejadas del centro del país.

Ya iniciado el nuevo siglo, el número de escuelas de diseño gráfico oscilaba entre 150 y 200, según Kloss (2010), estaban divididas en tres grupos: *escuelas públicas prestigiosas*, sobrepobladas y de crecimiento lento; *escuelas*

⁷ <https://encuadre.org/directorio/socios-fundadores-al-6-de-febrero-de-1991/>

privadas prestigiosas, casi todas religiosas, de baja población, crecimiento regular y costos altos; y muchas *escuelas particulares de alta población*, crecimiento explosivo, y costo y calidad irregulares.

Ahora bien, un estudio realizado por el Consejo Mexicano para la Acreditación de Programas de Diseño (COMAPROD), indica que en el año 2010 se ofrecía el programa en 165 universidades de los 32 estados de la República Mexicana. Es evidente que el ejercicio de la enseñanza del diseño gráfico, tanto en México como en otros países, se ha transformado con el paso de los años. Las instituciones, por su parte, ofrecen el programa con distintos enfoques, que van desde el que ve al diseñador gráfico como un profesional solucionador de problemas sociales, mediante los procesos de comunicación, hasta el profesional generador de objetos u artefactos visuales.

En virtud de lo anterior, el crecimiento de las escuelas de diseño gráfico y el desarrollo de la disciplina en el campo laboral, venía acompañado de la enseñanza del diseño gráfico en carreras técnicas, especialidades, cursos y diplomados por todo el país. Es decir, a la par de la apertura de escuelas de diseño gráfico en universidades dentro del marco oficial de la educación superior en México, se incrementaba el número de escuelas o institutos no regulados, donde se ofrecía la enseñanza de la disciplina.

Estas instituciones colocaban a la actividad en un escenario poco conveniente, ya que la situaba como algo sencillo, accesible y al alcance de la sociedad, sin la necesidad de cursar por lo menos cuatro años en alguna universidad en la búsqueda de un título de grado profesional. Es obvio, que las capacitaciones antes mencionadas se centraban únicamente en los paquetes computacionales y en ciertos aspectos técnicos, dejando totalmente de lado la teoría, la investigación y el establecimiento de la definición o el significado del diseño gráfico. En virtud de lo anterior y a razón del crecimiento acelerado de dichas escuelas, en el año 2000 se creó el Consejo para la Acreditación de la Educación Superior (COPAES). Organismo cuya finalidad se centraba en el registro de distintas asociaciones civiles para participar en la acreditación de las escuelas. “A diferencia de la evaluación, que solo diagnostica, la acreditación supone un conjunto de criterios mínimos en las escuelas que deben cumplir” (Kloss, 2010, p. 299).

Es indudable que todos los hechos, acontecimientos, narraciones y testimonios expuestos en el presente capítulo, marcan un hito histórico en el desarrollo del diseño gráfico en México. Primeramente, como un actividad y oficio desde los años de los famosos cartelistas y artesanos. Para posteriormente abrirse camino en el escenario de la enseñanza y la educación en las IES a raíz de la ceremonia de los Juegos Olímpicos de 1968; mismos que desencadenaron la apertura de la primera carrera de grado en diseño gráfico, dadas las necesidades obvias que se generaron alrededor de todo lo referente al sistema visual, publicidad, difusión e imagen de dicho evento.

De igual forma la mirada hacia las primeras escuelas en Alemania tales como la Bauhaus y la Ulm, así como la integración de nuevas disciplinas y modelos de enseñanza con la llegada de la enseñanza del diseño a los Estados Unidos, como en el caso de la Escuela de Chicago. Todo ello generó un crecimiento en cuanto a la labor y actividad del diseñador gráfico de la época que posteriormente se vio reflejado en el entorno socioeconómico de México.

Es importante mencionar que el enfoque y la perspectiva del diseño gráfico en México, en sus inicios tuvo una mezcla de concepciones basadas en la mirada hacia lo que se estaba haciendo en Europa y los Estados Unidos. Así como un devenir histórico basado en la actividad que en aquellos tiempos no era denominada como diseño gráfico, el cual desde su llegada fue creciendo y tomando forma a través de los primeros técnicos, artistas y cartelistas, quienes dieron paso a la generación de las primeras escuelas, con una marcada atención hacia los procesos de la comunicación gráfica: cartel publicitario, rotulistas, el diseño editorial y la imprenta. Lo anterior generó el desarrollo de la disciplina y a su vez, la aparición de la enseñanza del diseño gráfico en las IES. Sin dejar de lado la celebración de los Juegos Olímpicos de 1968, que despertó un interés del sector comercial en la disciplina y en las universidades por formar a los futuros egresados de diseño gráfico.

Cabe destacar, que lo anteriormente mencionado, tiene como finalidad el situar cuáles fueron los inicios del diseño gráfico en México, su llegada, su desarrollo, así como el camino que fue abriendo paso dentro de la economía mexicana y posteriormente el nacimiento de la primer escuela.

Todo ello, con la intención de respaldar y argumentar de una manera más objetiva el estudio sobre las diferentes concepciones del diseño gráfico, en las IES en México. Entendiendo que para hablar de las diversas concepciones y su enseñanza, es importante tener claridad respecto a un panorama completamente amplio sobre cuáles fueron los escenarios de desarrollo del diseño en México. Así como las condicionantes y el entorno mediante el cual se abrieron las primeras escuelas de diseño, generando así las primeras concepciones del diseño gráfico desde la perspectiva de las universidades mexicanas, mismas que se verían reflejadas en la apertura de las escuelas, que surgieron a partir de la Universidad

A lo largo de la historia del diseño gráfico en México y el recorrido por las escuelas que abrieron sus puertas a la enseñanza, es evidente que con la llegada de la tecnología, la computadora y los cambios socioculturales a finales de los años noventa, dieron paso a la apertura de una concepción con más apego sobre el rol dentro de la sociedad del diseño gráfico. En contraste con las visiones del diseño gráfico visto a través del arte y el oficio técnico. Dando como resultado en las modificaciones, en cuanto a las estrategias didácticas dentro de los talleres de diseño de las universidades mexicanas. Sin embargo, las estrategias didácticas a pesar de plantearse y establecerse en los programas académicos, objetivos y perfiles de egreso, continúan sin amalgamarse de una manera precisa, para fundamentar el rol del diseñador gráfico a la vanguardia y no seguir manteniendo un perfil limitado a la producción gráfica y a la elaboración de las formas.

En definitiva, el presente recorrido solo refiere a un periodo determinado, por lo cual es importante mencionar que a continuación se abordará a profundidad la relación entre la concepción del diseño gráfico y su enseñanza en el taller de diseño, de las universidades que forman parte del estudio en cuestión.

2.2. Los organismos acreditadores dentro de la Educación Superior en México.

El tema de la enseñanza del diseño gráfico en México resulta ciertamente complejo, tanto en el plano profesional así como en su enseñanza en el ámbito académico. Esto se debe en gran medida a la amplitud del término y al significado que cada individuo le quiera dar. Ya sea visto desde una perspectiva académica donde algunos de los actores que forman parte de la educación superior

mexicana, en ocasiones se contraponen o se resisten a catalogarla como una disciplina que carece de fundamento en cuanto a la teoría, la investigación y la generación de conocimiento, como para colocarla en el escenario de la enseñanza dentro de las IES. Por otro lado, se encuentra el reconocimiento y la concepción de la disciplina que le otorga la sociedad a los profesionales y a su papel, en los diferentes sectores donde se desenvuelve: económico, político y cultural, entre otros. Perspectiva que no se aborda a profundidad en la presente investigación, dado que el tema que interesa es el punto de vista de las universidades y los actores que forman parte del proceso de enseñanza del diseño. Es decir, cómo los propios involucrados en la enseñanza del diseño gráfico lo definen y conciben y, a su vez, cómo es la relación de esa concepción con las estrategias didácticas en los talleres de diseño.

El diseño gráfico dentro del marco oficial de las universidades o IES es concebido como una práctica social. Para comprobarlo, basta con hacer un recorrido por los diferentes planes de estudio, objetivos y perfiles de ingreso, plasmados en los sitios web de las diferentes universidades que conforman la enseñanza del diseño en México. Por tanto, toda la concepción de la disciplina se basa inicialmente en los alcances del diseño gráfico al actuar en la sociedad y solucionar sus problemas con la creación de productos. Ahora bien, en ocasiones resulta un tanto contrastante cómo se manifiesta su enseñanza en relación a cómo se le concibe o se define al diseño gráfico dentro de las universidades mexicanas.

Lo anterior confronta de manera notable, con la concepción del diseño gráfico que tenían las primeras generaciones de diseñadores gráficos, cuya formación se centraba en una concepción basada en el hacer de la forma y de lo visual. De ahí que dichas generaciones centraban mayormente sus esfuerzos en el hacer y los procesos de elaboración, dejando en segundo plano a la investigación, la interacción y el manejo de información con el usuario y las necesidades de la sociedad en la vida cotidiana.

Cuando se habla de la relación entre las concepciones del diseño gráfico y las estrategias didácticas en las universidades de México, esta abarca un universo de más de 300 centros de estudio donde se imparte la carrera de diseño gráfico. Como ya se ha mencionado, se optó por la selección de cinco

universidades establecidas en distintas ciudades del país, las cuales manejan diferentes concepciones y definiciones del diseño, por haberse desarrollado en escenarios diversos. Por ello, para el desarrollo de la investigación, es importante exponer la conformación de las IES en México, partiendo desde su organización, los organismos acreditadores y por último, la estructura al interior de cada una.

Al hablar del diseño gráfico en México, es importante tener un acercamiento al escenario actual y tomar en cuenta el número de escuelas e instituciones que ofertan la carrera al interior de sus campus. En lo que concierne a los datos estadísticos de las escuelas de diseño en México, la revista Forbes México (2014), expone que el número de escuelas que ofrecían la licenciatura en diseño gráfico en el país hasta el 2014 era mayor a las 330 universidades, con una plantilla de 42,987 estudiantes; el 24.4% de los profesionales trabajaba de manera independiente; los que eran empleados tenían un salario mensual igual a más del doble del promedio y que aquellos que terminaban estudios de posgrado podían incrementar su salario en un 9.1%.

Tomando en cuenta los registros y estudios previos acerca de la primera universidad en México, Cruz y Cruz (2008) expone que el surgimiento de universidades e IES data de 1551, cuando se establece la Real y Pontificia Universidad de México, que posteriormente se convertiría en la Universidad Nacional Autónoma de México.

La educación superior se instauró en el país en el siglo XVI, cuando en 1551 por cédula del rey Carlos I de España se estableció la Real y Pontificia Universidad de México. En ella se impartían las cátedras superiores de teología, filosofía, derecho y medicina. Las primeras universidades en provincia se establecieron en San Luis Potosí, Puebla y Guadalajara, en las que se impartían cursos avanzados de estudios universitarios, aunque para graduarse los alumnos debían hacerlo en la Universidad de México⁸.

La organización de la educación superior en México en lo que respecta a los organismos que regulan, acreditan y certifican la validez de los programas

⁸ Fuente:http://www.senado.gob.mx/library/archivo_historico/contenido/boletines/boletin_33-34.pdf.

académicos, se organiza en diversas asociaciones y organismos acreditadores, los cuales se explican a continuación.

En el caso de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) nacida en 1950, se creó con la finalidad de generar un mejor escenario en cuanto a la enseñanza y el aprendizaje mediante la docencia, la investigación, la cultura y los servicios. Dicha asociación desde sus inicios, tiene un rol activo en el desarrollo de programas, planes y políticas dentro del país y en otros rubros referentes al mejoramiento de la educación superior en México.

Se creó formalmente el 25 de marzo de 1950 en la ciudad de Hermosillo, Sonora, con la participación de 26 universidades e institutos públicos de educación superior de diversas entidades federativas. Actualmente la ANUIES está conformada por 191 universidades e IES, de las cuales 162 son públicas y 29 particulares.

La ANUIES coordina de manera propositiva y participativa la autonomía y pluralidad de las instituciones asociadas, el desarrollo de la educación superior; contribuye a su fortalecimiento con declaraciones, aportaciones y directrices; participa con las autoridades educativas en la formulación de planes y programas nacionales de educación superior, e impulsa la creación de organismos especializados para el mejoramiento de la calidad educativa⁹.

Dentro de sus objetivos estratégicos y parte de su finalidad como asociación en apoyo al mejoramiento de la educación superior en México, la ANUIES plasma en sus documentos oficiales los siguientes puntos:

- Promover la mejora continua de los servicios que se prestan a las instituciones asociadas e incrementar su reconocimiento social.
- Fomentar la vinculación y el intercambio académico de las instituciones asociadas para incidir en el desarrollo regional y nacional.
- Contribuir a la integración y al desarrollo del sistema de educación superior.
- Incrementar la efectividad de la Secretaría General Ejecutiva.

⁹ Consultado en <http://www.anuies.mx/anuies/acerca-de-la-anuies/mision-vision-y-objetivos-estrategicos>

Por su parte, el Consejo para la Acreditación de la Educación Superior A.C. (COPAES), nace como una asociación derivada de la autoridad que ejerce el Gobierno Federal mediante la Secretaría de Educación Pública (SEP), con el objetivo de supervisar y acreditar a las organizaciones que, a su vez, acreditan los programas académicos al interior de las IES en el país.

Es importante resaltar que el recorrido por los distintos organismos y asociaciones afines al mejoramiento de la educación superior en México, tiene como finalidad un mejor entendimiento de la organización y regulación de la educación universitaria mexicana, así como de los comités que evalúan y acreditan los programas académicos como lo son CIEES y COMAPROD en el caso de diseño gráfico.

Puesto que en este estudio se aborda la enseñanza del diseño gráfico en las universidades mexicanas, es fundamental situar al lector en el escenario y el entorno sobre el cual se desarrolla la actividad y cómo se organiza dentro del país. De ahí que muchos de los objetivos y perfiles de egreso de los programas educativos en diseño gráfico, se desprendan de las instituciones y los requerimientos de las asociaciones y organismos antes mencionados, dejando en segundo plano la concepción del diseño gráfico, que se genera al interior del programa educativo y sus docentes. Lo que en teoría da pie a una relación directa entre lo que se define como diseño gráfico y sus estrategias didácticas en el taller de diseño.

Volviendo al tema de los organismos y asociaciones, en lo que se refiere a la evaluación, los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIIES), son organismos que consisten en la integración de nueve diferentes comités, cuya finalidad y objetivo es el aseguramiento de la calidad de la educación superior, siete de ellos enfocados en la evaluación de los programas académicos y los dos restantes a las funciones de carácter institucional.

Los CIEES son de carácter privado, sin fines de lucro, cuya asamblea general está formada por instituciones públicas y privadas, mediante las cuales se organizan los comités. Quienes se organizan dependiendo del área de conocimiento las cuales son propuestas por ANUIES. Es de importante señalar que los comités son integrados por 10 académicos referentes en su área de conocimiento dentro de todo México, de tal forma que se denomina un trabajo a

título honorífico, ya que no reciben pago alguno por sus servicios en dicho comité. Dentro de este pequeño recorrido por la organización de la educación superior en México, es importante hacer énfasis en que en el caso de CIEES se evalúan programas de técnico superior universitario, licenciatura y posgrado.

Tabla 5. **Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior.**

<p>¿Los CIEES llevan a cabo evaluaciones institucionales?</p>	<p>1. El proceso de evaluación de un programa o una función culmina con un informe revela a la institución sus áreas de oportunidad para mejorar el programa o la función en bien de una mejor educación. En síntesis, la institución puede saber cuáles son los aspectos más importantes a corregir para tener un mejor programa educativo o cumplir mejor sus funciones educativas.</p> <p>2. En caso de obtener de parte de los CIEES el reconocimiento de Nivel 1, la institución podrá contar (para las estadísticas oficiales de la SEP) con toda la matrícula inscrita en programas de Nivel 1 como matrícula de buena calidad.</p> <p>3. Si como resultado de un proceso de evaluación, el programa o la función recibe un reconocimiento de los CIEES, este es un tinte de orgullo institucional que puede ser mostrado a la comunidad y a la sociedad o ser usado con fines propagandísticos o mercadológicos.</p>
<p>¿Los CIEES y el COPAES hacen lo mismo?</p>	<p>No, los CIEES son un organismo evaluador de programas y funciones de la educación superior. El COPAES es un organismo regulador de las actividades de los organismos acreditadores. En todo caso, la actividad de los CIEES es similar a la actividad de los organismos acreditadores regulados por el COPAES.</p>

Fuente: CIEES (2018). Recuperado de: <https://www.ciees.edu.mx/>

COMAPROD

El Consejo Mexicano para la Acreditación de Programas de Diseño fue creado con la finalidad de impulsar el reconocimiento del diseño, generando un proceso de clasificación de los sistemas de enseñanza en las universidades que ofertan carreras afines al diseño.

Este consejo fue generado para responder a la demanda de la Secretaría de Educación Pública, para abrir organismos de acreditación para las diferentes disciplinas y dar así una respuesta a la sociedad, sobre los perfiles de la

educación superior que enriquecen el ámbito de los ejercicios profesionales del país (COMPAROD, 2013).

A inicio del siglo veintiuno, específicamente en el año 2003, nace el Consejo Mexicano para la Acreditación de Programas de Diseño como parte de las iniciativas de la Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño Gráfico (ENCUADRE). Después de realizar todo el proceso de documentación e inscripción solicitada por COPAES, inició labores en el año del 2004 con el arquitecto Miguel Balandra Jara, fungiendo como presidente durante los primeros 4 años de actividades. Dicho consejo ayudó a la consolidación y profesionalización de las escuelas de diseño, en cuanto a la evaluación de los programas; entre los que se destacaban el diseño industrial: el diseño textil y por su puesto el diseño gráfico.

Objetivos

La asociación civil denominada “Consejo Mexicano para la Acreditación de Programas de Diseño A.C.”, no tendrá fines de lucro y su objeto será la acreditación de programas académicos de educación superior, que ofrezcan instituciones públicas y particulares en el campo del diseño, por lo que estará plenamente facultada para:

1. Desarrollar procesos eficaces, confiables e imparciales para acreditar la calidad de los programas de educación superior en las disciplinas del diseño en toda la República Mexicana y en otros países.
2. Actuar como organismo no gubernamental autónomo de tercera parte respecto de las instituciones y autoridades educativas, rigiéndose por los principios de calidad, objetividad, imparcialidad, independencia y apego a criterios académicos, ajenos a cualquier interés particular de persona, grupo o institución.
3. Respetar y preservar la naturaleza y régimen jurídico de las IES que se sometan a los procesos de acreditación que ofrezca.
4. Ser objetiva en el análisis y verificación de su objeto de acción, conduciéndose con imparcialidad, probidad y escrupuloso sentido ético.
5. Proceder colegiadamente en la toma de todas sus decisiones y en la emisión de sus dictámenes.

6. Orientar a las instituciones educativas y hacer transparente la información acerca de sus servicios, fines, metodología, procesos, criterios, parámetros, procedimientos, productos, resultados, administración y fuentes de financiamiento.
7. Expedir y publicar los documentos necesarios para la realización del objeto social, como reglamentos, planes, programas, políticas, misión, visión, valores y código de ética.
8. Difundir públicamente los dictámenes que hayan dado lugar a la acreditación de los programas académicos¹⁰.

Es interesante ver cómo se compone y organiza la educación superior en México, específicamente los organismos reguladores y acreditadores que forman parte esencial en el desarrollo de las universidades, su prestigio y su percepción al exterior, tanto con los empleadores así como con los futuros egresados que ingresan año con año al mercado. Sin embargo, hay una polémica respecto a si realmente dichos organismos optimizan el funcionamiento de la enseñanza dentro de las universidades.

En la competencia por la acreditación, los intereses creados han llevado a muchas escuelas a convencer a los organismos acreditadores de que la educación de grado en diseño requiere dos tercios de énfasis en taller. De manera destructiva para el desarrollo profesional, sostienen que es adecuado que en los estudios de posgrado se continúe la concentración en la habilidad manual y en las técnicas de visualización. Esta posición sanciona el bajo porcentaje de cursos académicos en la enseñanza del diseño por la investigación” (Frascara, 2008, p. 251).

Después de realizar un breve recorrido sobre la organización de la educación superior en México y los organismos acreditadores que regulan el sistema de educación universitario, el presente trabajo se centrará a continuación en las instituciones seleccionadas para el estudio.

¹⁰ Fuente: http://www.comaproduct.org.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=3

Ahora bien, las universidades que forman parte del estudio en cuestión como ya se mencionó previamente, se fundaron en escenarios y ubicaciones geográficas totalmente distintas, cada una de ellas con la particularidad de concebir al diseño desde perspectivas y enfoques que van desde la arquitectura, el arte, la tecnología y el mercado. Así como la injerencia que tuvieron sus primeros docentes y actores que formaron parte del proceso de apertura de las carreras; arquitectos, diseñadores industriales y artistas plásticos en su mayoría. Quienes a través de su concepción del diseño gráfico dieron vida a las estrategias didácticas en los talleres de diseño en sus respectivas universidades.

Cabe resaltar, que dichas escuelas en su mayoría partieron de profesores que carecían de una formación académica en diseño gráfico y en gran medida sucedía con respecto al desempeño profesional, de la actividad específica de esta carrera.

De igual forma, también el realizar un recorrido por sus historias, sus orígenes pero sobre todo sobre el desarrollo de sus planes de estudio y las diversas modificaciones que se suscitaron en los últimos 20 años, con base en lo que se concibe como diseño gráfico, por parte de las instituciones y cómo llevaban dicha concepción a las estrategias didácticas en las aulas de clase.

2.3. Una mirada hacia el interior de la enseñanza del diseño gráfico en las universidades mexicanas.

El universo de IES en México que ofertan la carrera en diseño gráfico, es bastante amplio y continua en asenso. Motivo por el cual, el estudio en cuestión se centro en el acotamiento del estudio de cinco universidades, a través de las cuales se busca lograr una mirada, desde distintos enfoques y perspectivas sobre el diseño gráfico y sus estrategias didácticas en el taller de diseño.

Se destaca que dichas universidades se encuentran en distintas ciudades del país. Razón por la cual lo escenarios económicos, sociales, políticos y culturales, dentro de los cuales se desarrollaron las carreras, fueron un tanto distintos, pese a que se ubican dentro del territorio mexicano.

De igual modo, los años de apertura y apariciones de las licenciaturas en diseño gráfico en las universidades dentro del estudio, varían desde la aparición

de la primera escuela de diseño gráfico en México en 1968, hasta el caso del Instituto Tecnológico de Sonora que inicia sus operaciones en el año del 2003.

Todo lo anterior generó como resultado las distintas posturas y concepciones, sobre la significación del diseño gráfico y sus estrategias didácticas, dentro de los planes de estudio de las universidades mexicanas.

2.3.1 Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON)

El Instituto Tecnológico de Sonora es una universidad autónoma, fundado en 1955 en Ciudad Obregón, en el estado de Sonora, siendo una universidad relativamente joven en comparación con las universidades del centro y sur del país, poco a poco se fue abriendo paso en la región, llegando a captar alumnos de la zona sur de Sonora y el norte del estado de Sinaloa. Una zona preponderantemente dominada por el sector agrícola y la industria. Sin embargo, los cambios a través de los años, la globalización y los escenarios socioculturales, obligaron a la apertura de nuevas carreras año tras año, hasta que en 2003 abrió sus puertas la Licenciatura en Diseño Gráfico dentro de la universidad.

Por su parte, el Mtro. Misael Marchena, fundador de la Licenciatura en Diseño Gráfico del Instituto Tecnológico de Sonora, nos narra cómo desde el inicio de la carrera se tenía una concepción del diseño gráfico, la cual era como una herramienta enfocada a la resolución de problemas de carácter visual:

Lógicamente en la actualidad por el uso de las tecnologías de la comunicación y de la información pues podríamos decir que los medios cambian, la esencia de la disciplina es la misma, o sea tú tienes que conceptualizar el problema y generar una solución de comunicación en función.

Por lo anterior, se podría decir que los conceptos, donde la semiología juega un papel muy importante, el conocimiento como la estética, la sociología misma, la investigación del mercado y la tecnología, son parte fundamental en las modificaciones de lo que se concibe como diseño gráfico.

El Instituto Tecnológico de Sonora, a través del programa educativo de diseño gráfico, plantea la resolución de problemas de carácter visual. Sin embargo, dadas las circunstancias sociales y culturales de la vida diaria en la

actualidad, no solamente tiene que ver con el diseño y lo visual, sino que tiene que ver también con la económica, con la política y los fenómenos sociales.

Al hablar de las modificaciones del plan de estudio dentro de una institución, se mencionan los cambios basados en necesidades específicas del entorno y de los egresados, incluyendo lo que conlleva a las competencias, habilidades y conocimientos necesarios, para que estos últimos puedan desempeñarse en el mercado laboral.

Por consiguiente, cuando se habla de nuevas asignaturas, nuevas materias y ajustes en el plan curricular dentro de las universidades en donde se imparte la carrera, es importante la perspectiva y el enfoque de lo que se entiende por diseño gráfico. De ello se desprenden las teorías y asignaturas plasmadas en el programa educativo en función de cómo se defina la disciplina al interior de la institución.

En otras palabras, dichas modificaciones en los diversos planes de estudio se dan como consecuencia de un replanteamiento del diseño gráfico. Los cambios en las concepciones y objetivaciones, dan como resultado los diversos modelos educativos y sus estrategias didácticas dentro de cada programa. Por ejemplo, en el caso de universidades donde las modificaciones del plan de estudio y programa de clase o de las asignaturas mismas, van asociados a aspectos más tecnológicos, de mercado o de la interdisciplinariedad, es natural que la concepción de diseño gráfico se sitúe en un escenario con cierto desapego a la concepción artística o sobre la forma, centrándose en un enfoque más cercano a la vanguardia del desarrollo tecnológico, las exigencias del mercado, la sociedad y la importancia de otras disciplinas, cuya labor complementa el quehacer del diseñador gráfico para la solución de un problema. En virtud de lo anterior, la importancia de una clara concepción del diseño gráfico en las IES y la relación con las estrategias didácticas en el aula de clase, recaen en la formación de los alumnos para desarrollarse como profesionales en el mercado y la sociedad.

Volviendo al caso del ITSON, la licenciatura procedía de un entorno en el cual, según el estudio realizado por parte de la institución sobre la economía y el desarrollo comercial de la región, se caracterizaba por una creciente ola de nuevas pequeñas empresas y negocios, mismos que tenían una necesidad básica

del manejo de la imagen, la publicidad y lo que, según el estudio, se denominaba mercadotecnia.

Si bien en cierto que en aquel entonces no se contaba con la certeza de los empleadores y del mismo sector comercial, respecto a la definición del diseño gráfico y su papel en la sociedad, se tomaron en cuenta los factores antes mencionados, para dar inicio a una de las carreras que cuenta actualmente con más de 40 años en México y la seguridad, por parte del comercio regional, de contar con profesionales que dieran solución a las necesidades específicas de los profesionales de la comunicación. De ahí que el ITSON iniciará el programa educativo de Licenciado en Diseño Gráfico, abriendo sus puertas de manera oficial en agosto del 2003 a la primera generación de la licenciatura. Es importante resaltar que anteriormente la institución contaba con especialidades técnicas y diplomados, en función de ciertas competencias y habilidades de diseño gráfico, así como una licenciatura en artes visuales que desaparecería con la apertura de la carrera de diseño gráfico. De ello resulta que los primeros docentes del programa, así como la concepción misma en el año 2003 por parte de la institución y el primer director de la carrera, se centraban en un enfoque del diseño gráfico con un perfil que mediaba entre los conocimientos y teorías de las artes y la aplicación de la tecnología, específicamente el uso de los programas de diseño a través de la computadora.

El objetivo de aquel entonces se plasmó de la siguiente manera:

“El objetivo de esta licenciatura es formar profesionistas que participen activamente en la solución de problemas de comunicación gráfica, a través de la creación de imágenes, capaces de contar con una identidad y estilo propio” (ITSON, 2003).

Al analizar la documentación institucional del inicio de la licenciatura en diseño gráfico por el ITSON a inicios del siglo XXI, puede constatarse la ambigüedad de algunos conceptos y significados del diseño gráfico que definía la institución, en donde se sitúa al diseño gráfico visto desde una perspectiva de solucionar las necesidades de mercado. En su enunciación se plasmaba lo siguiente:

- Elaborar propuestas de diseño gráfico basadas en el conocimiento de las herramientas de diseño, para crear imágenes apegadas a las necesidades del cliente y a los requerimientos del mercado.
- Desarrollar proyectos de diseño gráfico como campañas publicitarias, todo tipo de folletería, comerciales de televisión, páginas web, entre otros, basados en un planteamiento estratégico.
- Elaborar propuestas de diseño con imágenes capaces de impactar a una sociedad en el ámbito económico, cultural y social.

De igual forma el perfil del egresado, enlistaba una serie de características que se centraban en una formación integral y especializada en diseño audiovisual y lenguaje digital o en diseño publicitario editorial.

Tabla de materias

SEMESTRE 1

- Desarrollo Personal I
- Psicología Cultura y Comunicación I
- Contabilidad I
- Lenguaje Matemático
- Historia del Arte
- Introducción al Diseño
- Diseño I

SEMESTRE 2

- Desarrollo Personal II
- Psicología Cultura y Comunicación II
- Contabilidad II
- Deporte y Salud
- Historia del Arte Contemporáneo
- Métodos de Diseño
- Diseño II

SEMESTRE 3

- Formación Empresarial I
- Educación Ecológica
- Fotografía B/N
- Diseño por Computadora I
- Historia del Diseño
- Diseño de Logotipos
- Técnicas de Representación I

SEMESTRE 4

- Formación Empresarial II
- Marketing I
- Fotografía color
- Diseño por Computadora II
- Seminario
- Diseño de Identidad Visual I
- Técnicas de Representación II

SEMESTRE 5

- Administración
- Marketing II
- Serigrafía I
- Diseño por Computadora III
- Costos y Presupuestos
- Diseño de Identidad Visual II
- Técnicas de Representación II

SEMESTRE 6

- Publicidad y Retórica
- Comunicación y Relaciones Públicas
- Serigrafía II
- Diseño por Computadora IV
- Técnicas de Impresión Gráfica
- Diseño de Marca
- Práctica Profesional

ACENTUACIÓN EN DISEÑO PARA MEDIOS DIGITALES

SEMESTRE 7

- Edición
- Televisión I
- Fotografía Publicitaria
- Animación Cuadro por Cuadro
- Proceso de Impresión
- Multimedia I
- Práctica Profesional

SEMESTRE 8

- Métodos audiovisuales
- Televisión II
- Diseño por Computadora Aplicado a Televisión
- Diseño de Animación por Computadora
- Métodos Legales del Diseño
- Multimedia II
- Práctica Profesional

ACENTUACIÓN EN DISEÑO PUBLICITARIO

SEMESTRE 7

- Diseño de Campaña Publicitaria I
- Psicología del Consumidor
- Fotografía Publicitaria
- Producción Industrial de Impresión
- Proceso de Impresión
- Multimedia I
- Práctica Profesional

SEMESTRE 8

- Diseño de Campaña Publicitaria II
- Diseño en el Desarrollo de Nuevos Productos
- Medios Masivos de Comunicación
- Diseño de Realización
- Métodos Legales del Diseño
- Multimedia II
- Práctica Profesional

Contacto:

DEPARTAMENTO DE REGISTRO ESCOLAR
Edificio de Registro Escolar
Campus Miramar
Avenida Antonio Caro
Colonia Villa ITSON
Tel. (644) 410-90-00 ext. 1004
Dirección (644) 410-90-04
Ciudad Obregón, Son.

COORDINACIÓN DE CARRERA
Prof. Miriam Mercedes Morales
Coordinador del Programa Educativo
Edificio de Vistas de Deportes
Plaza Alfa Cal. 10
Unidad Obregón, Campus Miramar
Avenida Antonio Caro S/N,
Colonia Villa ITSON
Tel. 410-90-00 ext. 1120
e-mail: miramora@itson.mx

LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO
PLAN 2002

Misión del Iton

El Instituto Tecnológico de Sonora prepara profesionales reconocidos por su contribución al desarrollo sustentable de los sectores social y productivo como efecto de la calidad certificada de sus procesos educativos, de investigación y de extensión realizados por cuerpos Académicos que, a través de programas estratégicos, participan en la solución de problemas nacionales y regionales relacionados con Censos del Agua, Salud y Producción Agropecuaria, Biotecnología y Productos Naturales, Tecnología Eléctrica, Sistemas Productivos, Gestión Administrativa, Procesos Educativos, y Aprendizaje, Desarrollo Humano y Social que orientan su oferta educativa, apoyados en infraestructura moderna y de programas estratégicos, participan en la solución de problemas nacionales y regionales relacionados con Censos del Agua, Salud y Producción Agropecuaria, Biotecnología y Productos Naturales, Tecnología Eléctrica, Sistemas Productivos, Gestión Administrativa, Procesos Educativos, y Aprendizaje, Desarrollo Humano y Social que orientan su oferta educativa, apoyados en infraestructura moderna y de programas estratégicos, participan en la solución de problemas nacionales y regionales relacionados con Censos del Agua, Salud y Producción Agropecuaria, Biotecnología y Productos Naturales, Tecnología Eléctrica, Sistemas Productivos, Gestión Administrativa, Procesos Educativos, y Aprendizaje, Desarrollo Humano y Social.

“Educar para trascender”

Instituto Tecnológico de Sonora

Figura 8. Copia del primer folleto impreso de la Licenciatura en Diseño Gráfico (exterior), del Instituto Tecnológico de Sonora.
Fuente: www.itson.mx

Misión del programa
 El Programa Educativo de Licenciado en Diseño Gráfico prepara profesionales con un perfil crítico mostrando habilidades y destrezas para competir en el mercado laboral actual, capaces de detectar y satisfacer estratégicamente necesidades de comunicación visual del entorno utilizando adecuadamente las técnicas propias del área, con un amplio sentido ético, responsable y creativo, mediante el diseño y producción de gráficos capaces de contar con identidad y estilo propio, basados en el conocimiento, dominio y aplicación de los procesos del diseño y el uso adecuado de las herramientas tecnológicas contemporáneas, con una preparación integral y especializada en diseño para medios digitales ó diseño publicitario.

Modelo Curricular
 El currículum del ITSON comprende tres programas:

<p>Programa de Formación General. Desarrollar en los estudiantes habilidades y actitudes que contribuyan a formarnos como personas con bienestar, ciudadanos y profesionistas conscientes, creativos y emprendedores preparados integralmente para la solución de problemas propios de su quehacer.</p>	<p>Programa de Formación Especializada Básica. Proporcionar conocimientos, habilidades, actitudes y valores que sustentan a la profesión, con el fin de brindar al alumno las herramientas genéricas de la especialidad en la que se está formando.</p>	<p>Programa de Formación Especializada Aplicada. Proporcionar conocimientos, habilidades, actitudes y valores que permiten al egresado el desempeño de la práctica profesional para su eficiente inserción al campo laboral.</p>
---	---	--

Perfil de egreso
 El egresado de la Licenciatura en Diseño Gráfico posee una formación integral con un amplio sentido ético, responsable y creativo que le permite detectar y satisfacer estratégicamente necesidades de comunicación visual del entorno, mediante el diseño y producción de gráficos capaces de contar con identidad y estilo propio, basados en el conocimiento, dominio y aplicación de los

procesos del diseño y el uso adecuado de las herramientas tecnológicas contemporáneas, con una preparación integral y especializada en diseño para medios digitales ó diseño publicitario.

Competencias
 El egresado a través del programa educativo de Licenciado en Diseño Gráfico será capaz de:
 • Elaborar propuestas de diseño gráfico basadas en el conocimiento de las

herramientas de diseño para crear imágenes pegadas a las necesidades del cliente y a los requerimientos del mercado.
 • Desarrollar proyectos de diseño gráfico como campañas publicitarias, todo tipo de folletería, comerciales de televisión, páginas Web, entre otros, basados en un planteamiento estratégico.
 • Elaborar propuestas de diseño con imágenes capaces de impactar a una sociedad en el ámbito económico, cultural y social.

Áreas de desempeño profesional

- Investigador sobre desarrollo de tecnología.
- Administrador de campañas publicitarias.
- Administrador de agencias de publicidad.
- Asesor y gestor de diseño.
- Educador e investigador de diseño.

Lugares de trabajo

- Empresas privadas o Instituciones de gobierno.
- En la industria de las artes gráficas.
- Agencias de publicidad.
- Como empresario de diseño.
- Profesional independiente.

Instituto Tecnológico de Sonora

Figura 9. Copia del primer folleto impreso de la Licenciatura en Diseño Gráfico (interior), del Instituto Tecnológico de Sonora.
 Fuente: www.itson.mx

En lo que respecta a la tabla de materias, se puede observar una notable inclinación y el enfoque hacia los procesos de producción técnica y artística, con materias como fotografía blanco y negro, técnicas de representación ofrecida en tres diferentes niveles de los semestres, técnicas de impresión, así como dibujo y pintura. De igual forma, dentro de las materias en los primeros semestres, se muestra un enfoque con una notable concepción del diseño gráfico derivado de las artes. Prueba de ello son las materias como historia del arte, historia del arte contemporáneo e historia del diseño, en el cual se cursaban teoría e historia de temas más relacionados con el arte que con el diseño.

Posteriormente, en el año del 2007 se inició el trabajo para la modificación del plan de estudios denominado rediseño curricular 2009 en relación a la concepción del diseño grafico y las estrategias didácticas.

Dicho plan tomó en cuenta las necesidades y el desarrollo económico del entorno y la región del sur de Sonora y norte de Sinaloa, zona donde se encuentra el mayor concentrado de estudiantes y egresados del ITSON. Por ello se realizaron los ajustes institucionales en la universidad y específicamente en la licenciatura en diseño gráfico, buscando así la innovación en los procesos de

enseñanza y contenidos del programa, para satisfacer las necesidades de la sociedad y el mercado de la época.

Es decir, el Programa Educativo de Licenciado en Diseño Gráfico del Instituto Tecnológico de Sonora, no es ajeno a los cambios que requiere la modernización educativa, por lo cual la actualización de los programas educativos debe de integrar en su nueva currícula, un enfoque por competencias y ser orientada a una formación pertinente y relevante, según las necesidades sociales y laborales emergentes en la actualidad.

Al igual que otras universidades mexicanas, este programa tuvo modificaciones en su plan de estudio en los años de 2009 y 2016. Los cambios se realizaron en función de los estudios y análisis realizados a los empleadores, el entorno de mercado regional y nacional, pero se centró de manera específica en las necesidades del momento de las competencias del diseñador gráfico de la zona, es decir, de los estados de: Sonora, Baja California, Chihuahua y Sinaloa.

La carrera de Licenciado en Diseño Gráfico en el ITSON a partir del año 2003 ha mostrado crecimiento en su matrícula, la cual alcanzó los 781 alumnos en el 2007, ubicándose en su mayoría en Ciudad Obregón, con pequeños grupos en Navojoa y Guaymas, campus de la misma institución, pero que comenzaron a ofertar la carrera de manera reciente.

La incorporación y el rápido acceso de números importantes de diseñadores gráficos al mercado laboral, el crecimiento en la industria, el desarrollo de pequeños y medianos negocios, el incremento en el turismo en Sonora y en toda la región noroeste del país, se verán muy pronto reflejados tanto en una mayor expansión en la matrícula como en el número de aspirantes a ingresar a estudiar la carrera de diseño gráfico (ITSON, 2007).

Lo anterior muestra una evidente fundamentación y preocupación por la inserción laboral y las exigencias de mercado, para las que se prepara al alumnado en diseño gráfico, así como en las capacidades, competencias y habilidades con las que debe contar el egresado al momento de convertirse en un profesional del diseño. Sin embargo, sigue sin esclarecerse con exactitud la definición, el enfoque y la concepción sobre lo que es el diseño gráfico. Con ello se obtendrían planes, asignaturas y teorías, que en el papel, satisfagan las

necesidades profesionales que debe desarrollar un diseñador gráfico. El problema recae en que al no contar con una claridad en cuanto a la concepción del diseño gráfico y su relación con las estrategias didácticas, se abre una especie de desfase en cuanto a lo que se dice que es el diseño gráfico y las estrategias didácticas en el taller de diseño.

Por lo anterior, las modificaciones en cuanto a los planes y programas de estudio, siguen manteniendo una falta de claridad con respecto a la definición del diseño gráfico; en consecuencia, se mantiene una lista de programas académicos a la vanguardia de las necesidades del entorno en la documentación institucional, pero no así con respecto a lo que debe saber el diseñador gráfico de hoy en día.

De igual forma sucede con ciertas incongruencias referidas en los planes de estudio, donde se plantea una concepción del diseño gráfico como una disciplina, capaz de solucionar problemas de comunicación gráfica, mediante la elaboración de imágenes, tal es el caso del plan 2003 y lo plenamente marcado en los objetivos y perfiles de ingreso y egreso de la carrera. Motivo por el cual, desde una perspectiva particular, el diseñador al egresar, se encuentra con un nivel muy alto de incertidumbre, sobre cuáles son realmente las funciones que debe desarrollar en la sociedad como diseñador gráfico y en ocasiones se tiene el caso de no tener marcados los límites con respecto al quehacer del diseñador gráfico en el mundo laboral. Encontrando así egresados que saben un poco de todo, pero con una enorme carencia en cuanto a una especialización sobre un tópico en general, como la publicidad, el diseño editorial, la mercadotecnia, la programación entre otros.

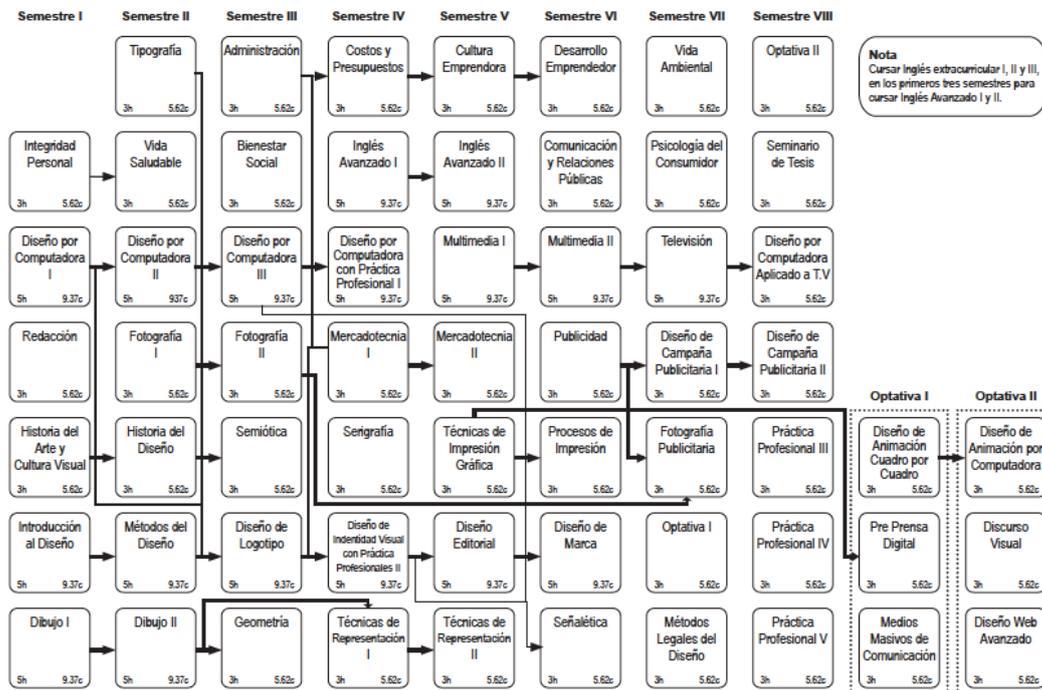


Figura 10. Modificación de Plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Gráfico de 2009 de ITSON.
Fuente: recuperado en el año 2017 en <https://www.itson.mx/oferta/ldg/Paginas/ldg.aspx>

Dado el trabajo realizado por el ITSON y los actores principales del programa educativo de la Licenciatura en Diseño Gráfico desde el año 2007, se inició el trabajo del nuevo plan curricular del 2009. En este caso se contaba con una mayor comprensión en cuanto al *habitus* del diseñador gráfico (entendiendo el *habitus* como la construcción de diferentes realidades ante una situación). Del mismo modo, se logró una mayor solidez de la planta docente, dando como resultado una optimización y homogeneidad a lo que se concebía como diseño gráfico y las estrategias didácticas. En el caso específico del plan 2009, las materias, contenidos y las estrategias didácticas, se alineaban a una realidad dentro del campo del diseño gráfico en donde se insertaban materias como tipografía, administración, inglés avanzado, multimedia en tres diferentes niveles y mercadotecnia, con una estructura más completa en relación al plan anterior, donde solo se le veía al diseño gráfico desde una perspectiva muy general.

En virtud de lo anterior, la relación entre lo que se concebía como diseño gráfico y las estrategias didácticas en el plan del 2009, se encaminaban hacia definir al diseñador gráfico como un profesional de la comunicación visual, con una formación interdisciplinaria y con un entendimiento del mercado, la publicidad y el desarrollo de marcas y productos.

Finalmente, en el año del 2016 el programa de Licenciado en Diseño Gráfico del ITSON realizó una tercera modificación en su plan de estudios para su evaluación por el antes mencionado COMAPROD.

Como se pueden observar los cambios y modificaciones en cuanto a las asignaturas y materias, dentro del plan de estudios 2016, se centraron en un diseñador gráfico más a la vanguardia de las necesidades actuales de la sociedad y el mercado, en el cual se insertaron competencias enfocadas en el desarrollo interpersonal, la estrategia y la mercadotecnia, así como actividades paralelas que fortalecen la formación de un diseñador gráfico como el emprendimiento y la innovación.

Con el cúmulo de materias presentadas en el mapa curricular dividido en ocho semestres, se estableció el objetivo de integrar al alumno diferentes bloques de conocimiento, dentro de los cuales se desprendan las diversas materias. Estos bloques se conformaron por la formación general e idiomas, la innovación y negocios, tecnologías, optativas y el taller de diseño como eje transversal.

En lo que respecta a los objetivos y perfil de egreso, plasmados en su documentación institucional y sitio web institucional, se pueden observar los cambios en cuanto a la enunciación y de cierta manera el cómo es concebido el diseño gráfico de la actualidad.

Objetivo del Programa

Formar profesionistas éticos y responsables capaces de solucionar estratégicamente problemas de comunicación visual, a través de la gestión, desarrollo y dirección de proyectos creativos e innovadores que respondan a las necesidades sociales y empresariales.

Perfil de Egreso

El egresado del programa educativo de Licenciado en Diseño Gráfico será un profesional capaz de desarrollar y gestionar proyectos gráficos estratégicos e innovadores para dar solución a problemas de comunicación visual a través de una actitud ética y emprendedora. Lo anterior a través de las siguientes competencias profesionales.

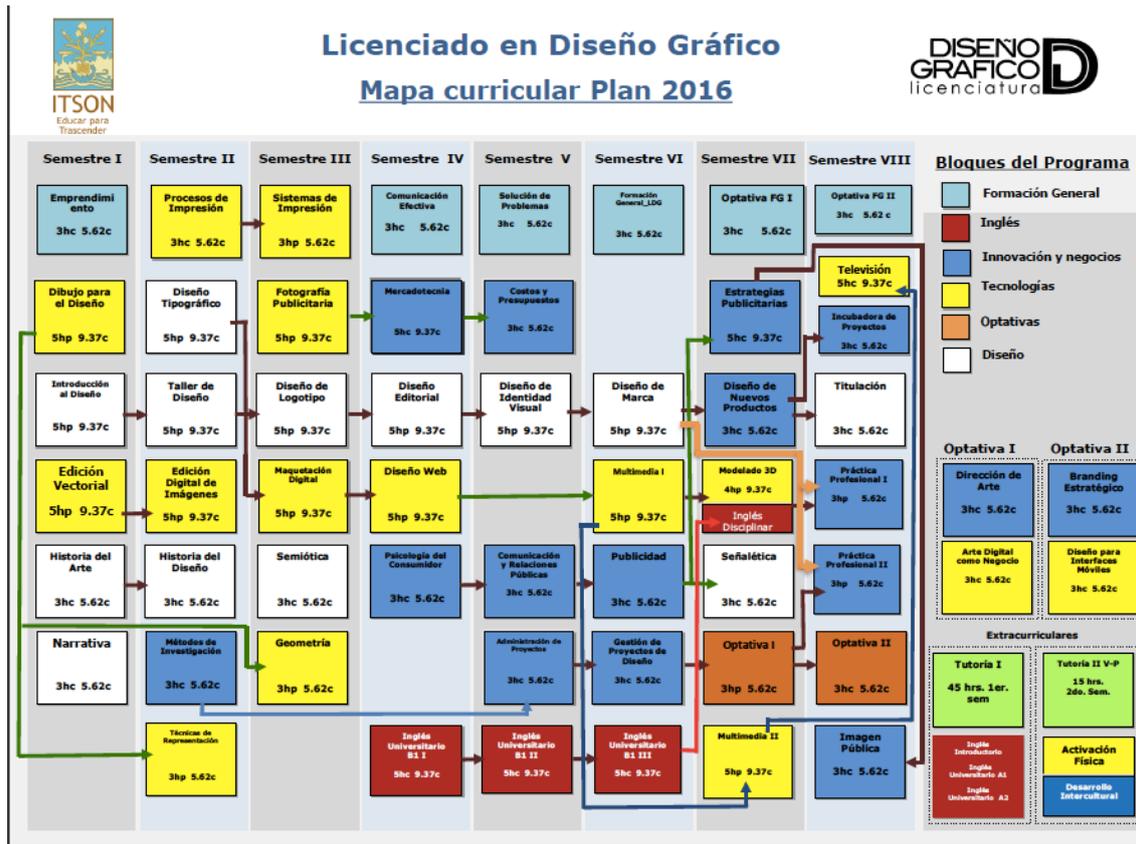


Figura 11. Modificación de Plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Gráfico de 2016 de ITSON.
Fuente: recuperado en el 2017 en <https://www.itson.mx/oferta/ldg/Paginas/ldg.aspx>

2.3.2 Universidad Intercontinental (UIC)

La Universidad Intercontinental (UIC) abrió sus puertas como una Institución de Educación Superior en el año de 1976. A diferencia de las otras universidades que forman parte del estudio en cuestión, la UIC se desarrolló con base en un entorno religioso derivado de la Comisión Episcopal Mexicana para las Misiones Extranjeras, quienes a su vez fundaron el Seminario de Misioneros

de Guadalupe. De ahí que la visión y el enfoque en cuanto a la carrera de diseño gráfico, se manifieste con ciertos tintes inspirados en la espiritualidad y el cristianismo, que se verán a detalle en los hallazgos mediante las entrevistas realizadas a docentes del programa en los últimos veinte años.

La Licenciatura en Diseño Gráfico dentro de la UIC, abrió sus puertas en el año de 1984. Dentro de los aspectos a destacar del programa de diseño gráfico de esta institución, destacan las actividades que se desarrollaron a inicios de los años noventa, los foros, congresos y las congregaciones masivas del gremio de diseño gráfico. Mismo que dieron un notable impulso y difusión a la disciplina tanto en el plano académico como en el profesional. En *el boletín de febrero* (2015) publicado por Encuadre Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño Gráfico, menciona que la UIC fue parte esencial y fundadora de la asociación, lo anterior se debió en gran medida a la conformación de su núcleo docente, un grupo interdisciplinar y con apego a la concepción del diseño gráfico como una actividad integral e interdisciplinar. Aunado a ello, se encontraban la gran red de contactos y los lazos que se sostenían con los grandes referentes del diseño gráfico de aquellos días en el plano internacional.

Por otro lado, y retomando un poco lo antes mencionado en cuanto a la organización superior en México y los organismos acreditadores. La UIC fue evaluada primeramente por los CIEES y posteriormente acreditada por el COMAPROD. Y es precisamente en ese momento cuando un grupo del personal docente liderados por Román Esqueda, deciden incursionar en los estudios de un posgrado en diseño gráfico. Entendiendo la concepción del diseño gráfico, como una disciplina integral que visualizaba la falta de investigación, la fundamentación y la argumentación que debía situar al diseño gráfico a la par de otras licenciaturas dentro del marco de la educación superior en México.

En una entrevista con la Dra. Marcela Castro, quien participó en el desarrollo del programa educativo y se convirtió en la directora de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad Intercontinental en el año 1988, habla al respecto:

...en sus inicios dentro de la universidad se concebía más el diseño desde una perspectiva totalmente creativa, hasta que comenzamos a estudiar y vimos cómo se podía abordar el diseño gráfico desde la retórica. Por lo cual se formó una generación con una línea de conocimiento vista desde la retórica. De cierta manera dejábamos un poco de lado lo intelectual porque así fuimos formados la

mayoría de los docentes de la UIC. “Generalmente partíamos desde una base de habilidades manuales, centradas en el manejo del dibujo y técnicas, fundamentada en la disciplina y repetición” (M. Castro, comunicación personal, 4 de abril de 2017).

Con base en lo anterior, la gran mayoría de los actores que formaban parte de la enseñanza del diseño gráfico dentro del programa educativo, tuvieron un cambio en la concepción del diseño gráfico como consecuencia de la formación de un cuerpo académico interdisciplinar.

Cabe señalar que en la década de los años noventa, la UIC se convirtió en un referente para las escuelas de diseño gráfico en México. Esto en gran medida debido a los foros y congresos que lograron organizar al interior de la institución con referentes del diseño internacional como: Norberto Chaves, Joan Costa, Raquel Pelta, Ana Calvera y Rubén Fontana, entre otros. De igual manera, ayudó contar con uno de los mejores laboratorios de cómputo en el país, en aquellos años fueron la primer escuela en utilizar la Apple LC3 en un laboratorio escolar.

Mención relevante merecen Marcela Castro y Cecilia Palacios. Mujeres en permanente construcción, nunca dudaron en abrirse a todas las corrientes discursivas sobre el diseño gráfico. Destacadas gestoras que facilitaban a todos nosotros las labores académicas, lograron abrir la Escuela al diálogo con personas e instituciones de todo el país. Este campus, por el que desfilaron referentes del diseño como Norberto Chaves, Rubén Fontana, Joan Costa, Jean Marie Klinkenberg, Guy Bonsiepe, Jorge Bermúdez, Víctor Gorka, Bárbara Paciorek, Ives Zimmerman, entre otros destacados académicos y profesionales del diseño. La Escuela, pues, nunca se dogmatizó porque creó los mecanismos para ejercer la auto crítica permanente. Recuperado de: <http://encuadre.org/los-primeros-30-anos-de-una-experiencia-apasionante-1984-2014/>

Cecilia Palacios directora de la carrera en diseño gráfico de 1997 al 2008 en la UIC, comenta al respecto de cómo el programa de diseño gráfico fue totalmente basado en plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad Iberoamericana, Palacios realiza un énfasis en cómo al igual que los inicios de la carrera en la IBERO, el escenario dentro del cual se abrieron las puertas a la enseñanza del diseño gráfico en la UIC, se realizó a través de una

concepción vista desde una perspectiva entre una mezcla de arquitectos primordialmente y algunos diseñadores industriales entre sus filas. De ello se desprende una de las primeras concepciones basadas en la generación de la forma y los aspectos visuales, la enseñanza en los talleres de diseño se enfocaba totalmente en el hacer y el desarrollo de formas visuales para determinada necesidad del proyecto en particular.

Para Cecilia Palacios la concepción del diseño gráfico dentro de la universidad, tuvo diversas modificaciones que partieron desde la visión del diseño basado en el hacer y los contenidos visuales para moverse a un enfoque más interdisciplinar que figurara, en un rol activo como solucionador de problemas dentro de la sociedad y el mejoramiento de la calidad de vida, hasta aspectos más a la vanguardia de las necesidades de mercado y la interacción entre lo que se diseña con respecto al usuario a través del pensamiento estratégico. “Es un acto de interpretación, entre lo que quiere un cliente, lo que quiere una empresa y lo que interpreta el profesional, quien a su vez lo pasa a un lenguaje gráfico a través del pensamiento estratégico” (C. Palacios, comunicación personal, febrero del 2007).

Con la generación de congresos y eventos que giraban en torno al diseño y el contacto con los referentes del diseño gráfico mundial, aunado a una planta docente formada por un grupo interdisciplinar, se dio un giro a la concepción de la disciplina en donde tenía cambiada la teoría, la investigación y la generación del conocimiento, para el diseño gráfico con una perspectiva más integral e interdisciplinar, es decir las estrategias didácticas partían de distintas herramientas como la sociología, la retórica, la teoría, la lingüística y la comunicación. Por consiguiente, se genera una especie de separación entre una disciplina que concebía al diseño gráfico como una técnica, un oficio o una actividad artística de manera preponderante.

De ahí que se suscitaron los cambios y modificaciones en los programas académicos del programa educativo de mediados de los años noventa, cambios que dieron pie a la apertura de otras disciplinas dentro del plan de estudios y fundamentos en cuanto a la investigación y el estudio de diversas disciplinas afines como la tipografía, la sociología, la filosofía, entre otros. Sin embargo, fue hasta la modificación en el plan de estudios del 2001 cuando gran parte de la

planta docente, estudia un posgrado dando una formación totalmente integral con áreas como la tipografía, la identidad visual, el desarrollo de marca y los talleres de multimedia.

En el año 2008, como resultado de la introducción de un mecanismo de recursos humanos en la universidad, se deja de lado la investigación, los cuerpos académicos y las actividades paralelas al diseño gráfico dentro de las aulas de diseño.

Hoy en día el programa académico de diseño gráfico presentado por la Universidad Intercontinental se presenta de la siguiente manera:

- Introducción a la retórica
- Dimensiones de la condición humana
- Metodología de la investigación I
- Composición visual I
- Dibujo básico
- Dibujo vectorial I
- Retórica contemporánea
- Realidad sociocultural contemporánea
- Metodología de la investigación II
- Composición visual II
- Dibujo de presentación
- Dibujo vectorial II
- Panorámica de historia de las culturas
- Semiótica
- Tipografía I
- Síntesis gráfica
- Geometría
- Fotografía
- Manipulación de imágenes
- Pragmática
- Prehistoria y antigüedad
- Tipografía II
- Intervención desde la comunicación I
- Dibujo de invención

- Taller de fotografía
- Manipulación avanzada de imágenes
- Lenguaje audiovisual
- Análisis de audiencias
- Composición tipográfica I
- Lenguaje bimedia
- Diseño de identificación
- Intervención desde la comunicación II
- Edición digital
- Edad media y edad moderna
- Composición tipográfica II
- Diseño de información
- Estrategias publicitarias
- Animación bidimensional
- Sistemas de impresión
- México prehispánico y colonial
- Problemas complejos de diseño I
- Diseño de la comunicación gráfica
- Temas selectos I
- Diseño de interfaz
- Preprensa I
- Historia del diseño
- Reflexiones éticas
- Problemas complejos de diseño II
- Temas selectos II
- Video
- Preprensa II
- Texto e imagen

Como se puede observar dentro de la tabla de materias, el plan de estudios se compone de un equilibrio entre los aspectos técnicos, tecnológicos y las teorías necesarias para fundamentar la investigación, la argumentación y aspectos referentes al profesional integral con un manejo del contexto

sociocultural en el que se desarrolla. Lo anterior como prueba del interés institucional de encontrar un equilibrio entre lo que se concibe como diseño gráfico por parte de la institución y las estrategias didácticas dentro del programa.

De igual forma las modificaciones en cuanto al objetivo principal de la carrera y los perfiles de egreso, se ajustan a la nueva realidad de la educación del diseño gráfico; un ser reflexivo, estratégico e interdisciplinar.

Dentro de sus objetivos enunciados en el sitio web oficial del programa académico se menciona: “Formar estrategias del diseño de la comunicación visual, capaces de analizar, generar y coordinar proyectos de gran relevancia y trascendencia en la sociedad, que con el uso inteligente de las herramientas tecnológicas y el enfoque emprendedor, integral e interdisciplinario, puedan convertirse en agentes de cambio en nuestro entorno” (2017, recuperado de: <https://www.uic.mx/licenciaturas/disenio-grafico/>).

Ahora bien, se considera que pese a las condicionantes que hoy en día rodean al profesional en diseño gráfico como lo son; el contexto en general, los problemas sociales, la política, la cultura y los diversos patrones de consumo de los individuos de manera global. Las estrategias didácticas en las IES buscan formar a los futuros profesionales abriéndose paso en el plano profesional en un entorno donde prevalecen las condicionantes antes mencionadas.

Por ello la importancia de contar con la claridad en cuanto a la definición de diseño gráfico, por parte de las universidades y los actores principales del proceso de enseñanza. Dado que es necesario mantener una armonía entre lo que se define como diseño gráfico y lo que se enseña. En el caso particular de la UIC, si bien es cierto que al momento no se logra una armonía perfecta entre lo que se concibe como diseño gráfico y las estrategias didácticas, se han estandarizado en una visión más clara de lo que es el diseñador gráfico de hoy en día y las necesidades de los estudiantes como futuros profesionales dentro de la sociedad. Esa visión permite la formación de un profesional integral, formado a través de habilidades y conocimientos que van más allá de los conocimientos técnicos y tecnológicos. Un diseñador capaz de generar soluciones estratégicas a través de conocimientos en investigación, metodologías, sociología, entre otras. Con un pensamiento reflexivo capaz de analizar las diversas situaciones a las que se enfrenta, dicho pensamiento se desarrolla con base en las asignaturas que se

insertaron en el plan de estudios, como el estudio de la condición humana y la historia de las culturas, sin olvidar la inserción de la retórica como factor clave en la formación del alumno en diseño gráfico.

2.3.3 Escuela de Diseño del Instituto Nacional de Bellas Artes (EDINBA)

Para contar un poco de la historia respecto a la Escuela de Diseño del Instituto Nacional de Bellas Artes (EDINBA), es indispensable remontarse a los inicios del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), creado en el año de 1946 por decreto presidencial cuya finalidad se estableció en preservar y difundir las artes y la educación por todo el país.

Desde su fundación, en 1946, el Instituto Nacional de Bellas Artes estimula, preserva, promueve, y difunde el arte y la cultura mexicana, convirtiéndola así en la casa de los creadores de México, y un espacio que los mexicanos han elegido para el encuentro y el diálogo (<https://www.inba.gob.mx/ConoceInba>).

Posteriormente aparece la Escuela de Diseño y Artesanías (EDA), en el año de 1962 abra las puertas a los alumnos en el mes de febrero en un espacio situado en La Ciudadela, continuando como las clases durante la década de los sesenta y los setenta, hasta que en 1980, como consecuencia del crecimiento de disciplinas como el diseño y la notable autonomía de dichas disciplinas y sus marcadas diferencias con respecto al arte, la EDA se disuelve, abriendo paso a la formación de la Escuela de Diseño y la Escuela de Artesanías. Si bien es cierto que para ese entonces ya se concebía al diseño en general con un enfoque y una perspectiva diferente al arte y las artesanías por parte del INBA, era obvio que los actores que formaban parte del proceso de enseñanza y aprendizaje en ambas escuelas, continuaba con un sesgo y una manera de aplicar las estrategias didácticas derivadas de una perspectiva artística, aun cuando se trataba del diseño gráfico en el caso de la Escuela de Diseño específicamente.

En 1994 surge la EDINBA y da inicio a la Licenciatura en Diseño, centrándose en lo que se podría denominar diseño sin apellidos. Es decir, se centró en una perspectiva del diseño en general, contando con un amplio espectro de la actividad integral y multidisciplinaria que tiene que ver con el diseño. Importante mencionar que la licenciatura a pesar de denominarse como una

carrera de diseño, contaba con las especialidades y enfoques específicos sobre el diseño textil, multimedia y editorial.

En la enunciación de sus objetivos institucionales, plasmados en su sitio oficial, menciona lo siguiente:

“Licenciatura en Diseño aspira a formar un diseñador en sentido amplio, competente para resolver proyectos de diversa índole; se orienta a formar un individuo capaz de contextualizar y conceptualizar éticamente su formación profesional, estimulando una actitud de autogestión y formación continua” (<https://edinba.inba.gob.mx/>).

Importante mencionar como a la Licenciatura en Diseño le siguieron las unidades de posgrado y de educación continua, las cuales se concentran en torno a la enseñanza e investigación y las teorías del diseño.

El plan de estudios que operaba desde el año 1994 se modificó en el año de 2006, en el cual se generó una reestructura de la currícula, dando como resultado un plan de estudios con mayor flexibilidad para los estudiantes y el cúmulo de conocimientos, competencias y habilidades que suponen la vanguardia con respecto a las necesidades de los egresados en el mercado laboral y la sociedad de hoy en día.

Dentro de las actividades que dieron impulso y fomento al diseño tanto al interior de la EDINBA como en el país, se encuentra la Primera Bienal Nacional de Diseño, realizada en el año 2001, donde se generan actividades de difusión y promoción, mediante foros, exposiciones y conferencias, con la finalidad de lograr una sólida formación educativa de los estudiantes de diseño, al igual que del gremio profesional en el país.

Lo anterior generó un notable crecimiento en la actividad del diseño en México y una concepción con una perspectiva más alineada a la interdisciplina, sin olvidar que dadas las condiciones y escenarios en los cuales se formó la Escuela de Diseño fueron dentro del arte y el diseño, como una disciplina del hacer o la creación de la forma.

Esto, puede verse plasmado en todas sus plataformas donde se presentan los objetivos de la carrera, especialmente en su sitio web, folletería, etcétera., estableciendo dentro de sus iniciativas el apoyar a la sociedad por medio de las

herramientas, conceptos, teorías y la metodología que se brinda al estudiante en diseño, impulsando la innovación y creatividad.

La perspectiva conceptual de la Escuela de Diseño, le ha permitido ofrecer un doble enfoque que se basa en la interdisciplina —como es el caso de la Licenciatura en Diseño— y en la especialización a través de los estudios de posgrado: especialidades abocadas al estudio de disciplinas específicas del Diseño, y las maestrías, que brindan elementos teóricos y metodológicos para desarrollar la creatividad, la profesionalización y la crítica en el campo del Diseño. Recuperado de <https://edinba.inba.gob.mx/>

En cuanto a su misión y visión enmarcadas en sus documentos institucionales, la EDINBA plasma la siguiente información:

Misión: Innovar y experimentar metodologías, estrategias, modelos pedagógicos y mecanismos conceptuales y normativos que sustenten los procesos de enseñanza y aprendizaje en el campo de las artes, así como la delimitación de nuevas líneas de investigación en el diseño.

Visión: Dar continuidad a los esfuerzos institucionales en materia de educación e investigaciones artísticas, así como a fortalecer el proyecto académico que sustenta la EDINBA en el ámbito del diseño y las artes.

Para Matilde Breña (2016), el diseño gráfico es:

...una disciplina que formaliza, es decir que da forma, que permite que las cosas se concreten y sean, que se realicen, se lleven efecto, que se manifiesten, que aparezcan en ese sentido fantástico, pero también es la disciplina que media; media entre las disciplinas y media entre la relación del ser humano con su entorno, con la naturaleza y con el mundo natural y hago esa distinción de los tres porque aun cuando son uno y el mismo, cada uno de estos conceptos guarda una excepción distinta y creo que los tres tienen un peso (Comunicación personal, 18 de enero de 2016).

Dentro del recorrido por la historia de la Escuela de Diseño, Breña comenta al respecto: “Cuando yo trabajaba como coordinadora, una cosa era lo que decía el plan, otra cosa lo que hacían los maestros y otra cosa lo que proponía la dirección, no concordaba nada con nada.” (M. Breña, comunicación personal, 18 de enero de 2016).

NIVELES DE FORMACIÓN PROFESIONAL									
Nivel Básico			Nivel de Proyectos				Nivel de Sistemas		
1º	2º	3º	4º	5º	6º	7º	8º		
ÁREA DE DISEÑO	Elementos básicos del Diseño I	Elementos básicos del Diseño II	Elementos básicos del Diseño III	Proyectos I Estrategias, metodologías y procesos Proyecto Optativo 1 Proyecto Optativo 2	Proyectos II Rediseño de productos Proyecto Optativo 3 Proyecto Optativo 4	Proyectos III Sistemas de baja complejidad Proyecto Optativo 3 Proyecto Optativo 4	Proyectos IV Sistemas de alta complejidad Proyecto Optativo 3 Proyecto Optativo 4	Proyecto de integración	
				Arquitectura de la forma I	Arquitectura de la forma II	Enfoques contemporáneos del Diseño I	Enfoques contemporáneos del Diseño II		
ÁREA DE TEORÍA Y ANÁLISIS	Contextualización del Diseño I	Contextualización del Diseño II	Contextualización del Diseño III	Teorías para el Diseño I Curso Optativo 1	Teorías para el Diseño II Curso Optativo 2	Teorías para el Diseño II Curso Optativo 3	Teorías para el Diseño II Curso Optativo 4		
	Métodos del pensamiento I	Métodos del pensamiento II	Métodos del pensamiento III					Protocolo de Investigación	
ÁREA DE EXPRESIÓN Y REPRESENTACIÓN	Representación I	Representación II	Representación III	Estructuras para el Diseño I Curso Optativo 1 Curso Optativo 2	Estructuras para el Diseño II Curso Optativo 3 Curso Optativo 4	Prototipos I Curso Optativo 1 Curso Optativo 2	Prototipos II Curso Optativo 3 Curso Optativo 4		
				Visualización I Curso Optativo 1 Curso Optativo 2	Visualización II Curso Optativo 3 Curso Optativo 4	Visualización III Curso Optativo 5 Curso Optativo 6	Visualización IV Curso Optativo 7 Curso Optativo 8		
ÁREA DE PROCESOS TÉCNICOS	Técnicas de Presentación I	Técnicas de Presentación II	Técnicas de Presentación III	Posproducción I	Posproducción II				
				Materiales y Procesos I Curso Optativo 1 Curso Optativo 2	Materiales y Procesos II Curso Optativo 3 Curso Optativo 4	Producción I Curso Optativo 1 Curso Optativo 2	Producción II Curso Optativo 3 Curso Optativo 4		
ÁREA DE GESTIÓN Y VINCULACIÓN	Integración I	Integración II	Integración III	Procesos de Transformación I Curso Optativo 1 Curso Optativo 2	Procesos de Transformación II Curso Optativo 3 Curso Optativo 4	Procesos de Transformación III Curso Optativo 5 Curso Optativo 6	Procesos de Transformación IV Curso Optativo 7 Curso Optativo 8		
	Aprendizaje Estratégico I	Aprendizaje Estratégico II	Enlaces del Diseño	Factores Económicos y Sociales	Administración y Costos	Planeación Estratégica I	Planeación Estratégica II	Integración Profesional	

Figura 12. Niveles de formación profesional, INBA.
Fuente: recuperado en el año 2017 en <https://edinba.inba.gob.mx/>

2.3.4 Universidad Iberoamericana (IBERO)

Hablar de los inicios de la enseñanza de diseño gráfico dentro de la educación superior en México, es hablar de la Universidad Iberoamericana (IBERO) en la Ciudad de México, que a más de 50 años de haber abierto las puertas a la primera carrera de diseño gráfico con un título oficial de grado, continua como una de las universidades referentes por su modelo educativo, su

vanguardia en cuanto a las necesidades de los egresados y sus estrategias didácticas en el aula.

Hoy en día, la IBERO manifiesta un notable desarrollo y crecimiento en la disciplina del diseño, siendo un referente a nivel nacional. Al momento esta institución ofrece cinco carreras universitarias que se desprenden del diseño: diseño en indumentaria y moda, diseño textil, diseño interactivo, diseño industrial la cual, como ya se menciono anteriormente, fue clave en la apertura de la carrera de diseño gráfico, tanto a nivel de docentes, como de los espacios que inicialmente se destinaron a la carrera de diseño industrial. Es importante resaltar que la universidad oferta actualmente la Maestría en Diseño Estratégico e Innovación, reforzando así la estructura de la generación, aplicación e investigación del diseño.

En cuanto a los planes de estudio, en los últimos años se tiene un registro oficial de tres modificaciones. Estos planes se encuentran plasmados en su sitio web oficial. Dichas modificaciones parten de el objetivo de la IBERO, el cual tiene como finalidad, la formación de un profesional en diseño, capaz de desarrollar e implementar estrategias de comunicación visual dentro del contexto social, mediante la innovación y la creatividad.

En el año 2004 se dio un cambio en el plan de estudios, mismo que se centró en una concepción del diseñador gráfico como estratega, dentro de los procesos de la comunicación visual para el mejoramiento de la calidad de vida.

PRIMER SEMESTRE	SEGUNDO SEMESTRE	TERCER SEMESTRE	CUARTO SEMESTRE	QUINTO SEMESTRE	SEXTO SEMESTRE	SÉPTIMO SEMESTRE	OCTAVO SEMESTRE	NOVENO SEMESTRE	DÉCIMO SEMESTRE
DIBUJO I 1246	DIBUJO II 1250	COMPUTACIÓN PARA FOTOGRAFÍA DE COLORES 5692	DIBUJO GRÁFICO I 1255	ADMINISTRACIÓN DEL DISEÑO 5522	DISEÑO GRÁFICO VI 5698	COMPUTACIÓN PARA FOTOGRAFÍA GRÁFICO 1265	DISEÑO EN EL DISEÑO DE NUDOS PRODUCTIVOS 1271	DISEÑO GRÁFICO IX 1272	SENEALOGÍA DE LOS OBJETOS MEXICANOS IV 1274
DISEÑO I 5591	DISEÑO GRÁFICO II 5592	COMUNICACIÓN Y DISEÑO 5439	DISEÑO GRÁFICO IV 5595	DISEÑO GRÁFICO V 5703	ILUSTRACIÓN I 1261	DISEÑO GRÁFICO VII 1266	DISEÑO GRÁFICO VIII 1270	INTEGRACIÓN TEMA IV 86004	OPTATIVA 7 DE OCHO CREDITOS 15041
SENEALOGÍA DE LOS OBJETOS MEXICANOS I 1249	FOTOGRAFÍA I 1251	DIBUJO III 1253	SENEALOGÍA DE LOS OBJETOS MEXICANOS III 1254	GEOMETRÍA DE LA FORMA 1268	OPTATIVA 2 DE OCHO CREDITOS 15036	FOTOGRAFÍA III 1264	INTEGRACIÓN TEMA II 86003	OPTATIVA 6 DE OCHO CREDITOS 15040	OPTATIVA 8 DE OCHO CREDITOS 15042
GEOMETRÍA DESCRIPTIVA I 1247	SENEALOGÍA DE LOS OBJETOS MEXICANOS II 1252	DISEÑO GRÁFICO III 5593	INTRODUCCIÓN AL PROBLEMA SOCIAL 8581	INTEGRACIÓN TEMA I 86001	OPTATIVA 3 DE OCHO CREDITOS 15037	ILUSTRACIÓN II 1262	OPTATIVA 5 DE OCHO CREDITOS 15038	PRÁCTICA PROFESIONAL Y DE SERVICIO SOC. 8763	SEM DE TITULACIÓN (OIGOR) 9189
INTRODUCCIÓN A LAS ARTES GRÁFICAS 8248	METODOLOGÍA PROYECTUAL 8249	ERGONOMÍA DE LA PERCEPCIÓN 8258	LABORATORIO DE DIBUJO GRÁFICO 1256	METODOLOGÍA DEL DISEÑO GRÁFICO 8256	SEMINARIO DE PRODUCCIÓN TIPOGRAFIA 1263	INTEGRACIÓN TEMA III 86002	SEMINARIO DE PRÁCTICA PROFESIONAL 1269	SEM DE PRAC DE OPCIÓN TERMINAL (OIGOR) 9190	
TALL DE EXPRESIÓN Y COMPOSICIÓN ESCRITA I 5883	TIPOGRAFÍA I 5694	FOTOGRAFÍA II 1259	SISTEMAS DE IMPRESIÓN I 1257	OPTATIVA 1 DE OCHO CREDITOS 15035	SENEALOGÍA DEL DISEÑO GRÁFICO 1262	OPTATIVA 4 DE OCHO CREDITOS 15038			
TEORÍA DEL DISEÑO I 2740		INTRODUCCIÓN AL PROBLEMA DEL HOMBRE 8580	TEORÍA DEL DISEÑO II 322	SISTEMAS DE IMPRESIÓN II 1257		PRODUCCIÓN INDUSTRIAL Y COSTOS 5712			
		TIPOGRAFÍA II 5703				TEORÍA DEL DISEÑO III 8788			
TOTAL SEMESTRE 1 48	TOTAL SEMESTRE 2 40	TOTAL SEMESTRE 3 46	TOTAL SEMESTRE 4 50	TOTAL SEMESTRE 5 54	TOTAL SEMESTRE 6 44	TOTAL SEMESTRE 7 52	TOTAL SEMESTRE 8 36	TOTAL SEMESTRE 9 44	TOTAL SEMESTRE 10 36

Figura 13. Plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Gráfico previo a la modificación de 2004, IBERO. Fuente: recuperado en el año 2017 en <https://www.ibero.mx/microSitios/DADA/diseñoGrafico.php>

Como puede observarse, los cambios en cuanto a la concepción del diseño gráfico por parte de la institución y las estrategias didácticas, se pueden constatar en las modificaciones en cuanto a las asignaturas insertadas en el plan de estudios presentado en el año 2004, contrastando con el plan anterior (ver Figura 13) se presenta un enfoque con mayor aplicación en los negocios y en el consumo de productos o servicios y la gestión de proyectos (ver Figura 14). Buscando así formar a un diseñador más preparado en cuanto a las necesidades de un profesional, independientemente de la disciplina.

PRIMER SEMESTRE	SEGUNDO SEMESTRE	TERCER SEMESTRE	CUARTO SEMESTRE	QUINTO SEMESTRE	SEXTO SEMESTRE	SÉPTIMO SEMESTRE	OCTAVO SEMESTRE
DIBUJO NATURAL 21300	ANTECEDENTES DEL DISEÑO EN MÉXICO 20312	CULTURA Y DISEÑO 21294	DISEÑO GRÁFICO IV 21201 Y 21200 21131	DISEÑO GRÁFICO V 21230 21201	DISEÑO GRÁFICO VI 21231 21230	DISEÑO FOTOGRAFICO 21237 21205	DISEÑO GRÁFICO VIII 21233 21232
DISEÑO GRÁFICO I 21197	DIBUJO GRÁFICO 21210 21300	DISCURSOS DEL DISEÑO 20313	DISEÑO PUBLICITARIO 21499 21200	DISEÑO TIPOGRAFICO 21229 21212	GESTIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO 21227 21297	DISEÑO GRÁFICO VII 21232 21231	ILUSTRACIÓN 21239 21210
EL CONCEPTO DE ARTE A TRAVÉS DEL TIEMPO 20744	DISEÑO GRÁFICO II 21198 21197	DISEÑO GRÁFICO III 21200 Y 21198 21212	DISEÑO Y CONSUMO 21295 21294	GESTIÓN DEL DISEÑO 21297 21295	HISTORIA DEL DISEÑO GRÁFICO 21235 20312	OPTATIVA 3 DE SEIS CRÉDITOS 19023	OPTATIVA 5 DE OCHO CRÉDITOS 19039
FUNDAMENTOS DEL DISEÑO 21199	DISEÑO Y COMUNICACIÓN 21381	FUNDAMENTOS DEL DISEÑO GRÁFICO 21213 21199	DISEÑO Y SUSTENTABILIDAD 21298	LABORATORIO DE DIBUJO INTROSPECTIVO 21221 21300	LABORATORIO DE DIBUJO EN MOVIMIENTO 21224 21300	OPTATIVA 4 DE SEIS CRÉDITOS 19024	OPTATIVA 6 DE OCHO CRÉDITOS 19040
GEOMETRÍA DESCRIPTIVA 20374	METODOLOGÍA DEL DISEÑO 21131	LABORATORIO DE DIBUJO DE FIGURA HUMANA 21220 21300	LABORATORIO DE DIBUJO DE IMAGINACIÓN 21369 21300	PENSAMIENTO ESTRATÉGICO 21296	OPTATIVA 1 DE SEIS CRÉDITOS 19021	PRÁCTICA PROFESIONAL Y DE SERVICIO SOC. 8763	OPTATIVA 7 DE SEIS CRÉDITOS 19027
LABORATORIO DE CREATIVIDAD DIGITAL 21206	PRODUCCIÓN GRÁFICA I 21208	PRODUCCIÓN DE DISEÑO GRÁFICO II 21205 Y 21204 21206	METODOLOGÍA DEL DISEÑO GRÁFICO 21226 21131	PRODUCCIÓN Y MEDIOS 21298 Y 21209 21207	OPTATIVA 2 DE OCHO CRÉDITOS 19036	REFLEXIÓN UNIVERSITARIA 3 20003	REFLEXIÓN UNIVERSITARIA 4 20004
PRODUCCIÓN DE IMÁGENES I 21204	TIPOGRAFÍA II 21212 21202	TALLER DE COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA 21860	PRODUCCIÓN GRÁFICA II 21209 21208	REFLEXIÓN UNIVERSITARIA 1 20001	REFLEXIÓN UNIVERSITARIA 2 20002		TALLER DE UTOPIAS 21299
TIPOGRAFÍA I 21202		TECNOLOGÍA DIGITAL PARA EL DISEÑO 21207 21206		SEMÍOTICA DEL DISEÑO GRÁFICO 21234 21381			
TOTAL SEMESTRE 1 50	TOTAL SEMESTRE 2 48	TOTAL SEMESTRE 3 48	TOTAL SEMESTRE 4 48	TOTAL SEMESTRE 5 52	TOTAL SEMESTRE 6 46	TOTAL SEMESTRE 7 50	TOTAL SEMESTRE 8 50

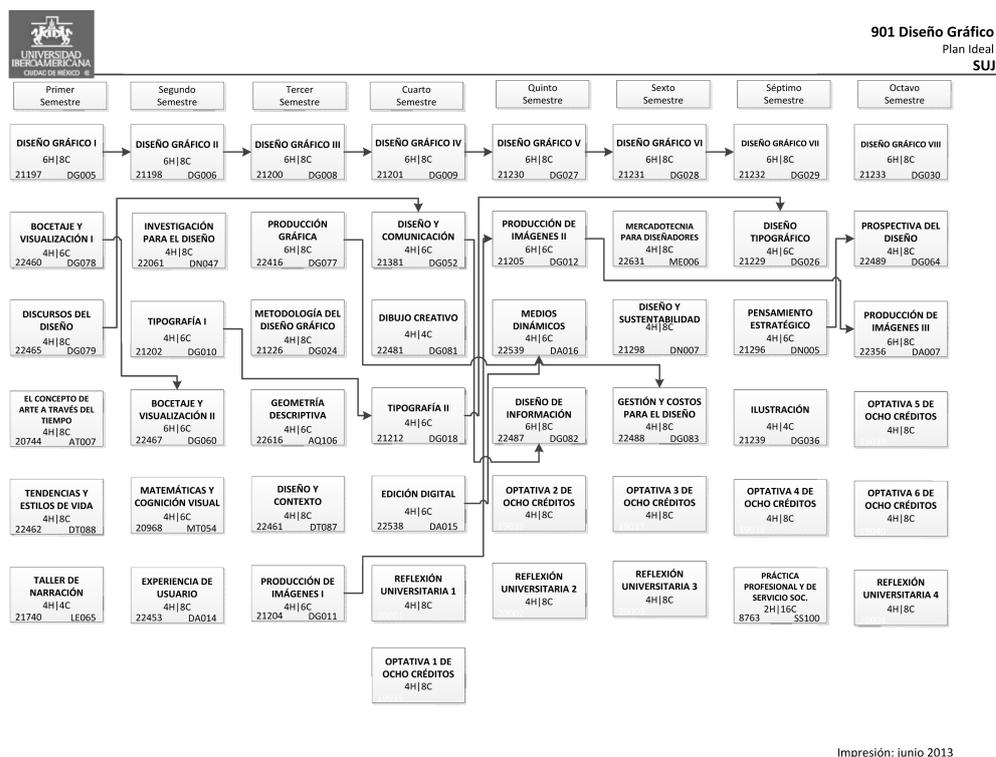
Figura 14. Modificación de Plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Gráfico de 2004, IBERO. Fuente: recuperado en el año 2017 en <https://www.ibero.mx/microSitios/DADA/disenioGrafico.php>

Finalmente, en el año 2012 se realizó la última modificación en cuanto al plan de estudios de Diseño Gráfico. Como puede observarse, es interesante cómo las modificaciones del plan, presentan una visión del diseño gráfico y sus competencias necesarias para satisfacer las necesidades de la sociedad de hoy en día.

Un profesional en formación a base de competencias y habilidades como la mercadotecnia, los medios masivos y la digitalización de los mismos. Sin dejar de lado el perfil de negocios del que tanto se adolece en la disciplina. Conceptos

como la innovación, la sustentabilidad, tendencias y estilos de vida, dan pie a la búsqueda de una armonía en cuanto a la relación entre lo que se concibe como diseño gráfico y las estrategias didácticas dentro del programa académico.

Lo anterior viene a reforzar los conceptos y aspectos más relevantes del diseñador gráfico de hoy en día, el diseñador integral, interdisciplinario capaz de complementarse con otras disciplinas, mediante la investigación para una mejor capacidad de desempeñarse dentro de un rol activo en la sociedad y sus problemas.



Impresión: junio 2013

Figura 15. Plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Gráfico previo a la modificación de 2012, IBERO. Fuente: recuperado en el año 2017 en <https://www.ibero.mx/microSitios/DADA/disenioGrafico.php>

Mediante las entrevistas realizadas a directores, docentes y figuras que desde el inicio de la carrera a finales de los años sesenta, se convirtieron en referentes de la enseñanza del diseño gráfico en la IBERO. Destacan los nombres de Fernando Rovalo como el primer director de la carrera de diseño gráfico en México, Carmen Tiburcio docente investigadora del programa, Carmina Santos actual directora del programa de diseño gráfico en el campus Puebla, entre otros.

Mismos que comentaron como a lo largo de los años de la carrera de diseño gráfico en la IBERO, la institución se ha enfocado mucho en la parte personal de los alumnos y en una formación integral hacia el profesional. Por consiguiente el concepto en cuanto al quehacer del diseñador gráfico siempre se objetiva desde el profesional reflexivo, con la capacidad de resolver problemas en el entorno social mediante los conocimientos y las competencias adquiridas en el diseño gráfico, así como las disciplinas o actividades afines como la mercadotecnia, la publicidad, los negocios, entre otras. Obviamente existen diferentes posturas en cuanto a las concepciones entre los docentes dadas las condiciones y el entorno en el cual se desarrollaron dentro del programa de diseño gráfico, en algunos casos las concepciones se fueron modificando con la llegada de las tecnologías de la información y la computadora y en otros se mantiene vigente

Por consiguiente, existe una relación en cuanto a las diferentes posturas o la manera de cómo cambio la concepción del diseño gráfico en dicha institución.

Es evidente que los cambios en cuanto al mercado, la sociedad y los paradigmas del diseño, generaron como consecuencia la inserción de nuevas materias y asignaturas, como las que se plasman en las modificaciones anexas en el presente trabajo, la materia de pensamiento estratégico es un ejemplo de ello, en la cual se busca que el alumno investigue las soluciones a determinado problema, mediante lo interdisciplinar y diversos conceptos y elementos paralelos a la creación de la forma.

Carmen Tiburcio, docente de la Universidad Iberoamericana, campus Puebla, comenta cómo la enseñanza del diseño gráfico, que tomó la influencia de los modelos de la Bauhaus, Chicago y Ulm, se quedó en un estancamiento durante casi veinte años hasta la llegada de las nuevas tecnologías.

Yo creo que esos son los momentos álgidos, el primer impacto de las nuevas tecnologías; como que el diseño gráfico siempre se vinculó con la producción impresa, entonces el primer impacto en las nuevas tecnologías se incursionó en la producción impresa. Entonces, lo primero que se habló fue la pre-prensa digital, se dejan de ver originales mecánicos y ahora son originales digitales. Pero nunca se pensó que el diseñador gráfico incursionara en el diseño de las pantallas. Entonces, se generaron otras profesiones para entender esos diseños sin pensar que eso también es visual, entonces yo te distinguiría los momentos, así como los grandes momentos (C. Tiburcio, comunicación personal, 12 de abril, 2016).

Dicho lo anterior, se considera que el impacto de la tecnología y su incursión en las artes gráficas, como un momento clave en el proceso de modificación de las concepciones del diseño gráfico, por parte de la sociedad y las IES.

Es importante contrastar los testimonios por los actores principales en la enseñanza del diseño gráfico y lo plasmado en el plan de estudios, así como la documentación institucional, para dar un mayor fundamento al estudio de la concepción del diseño y su relación con las estrategias didácticas.

En la década de los setenta, misma que se mantuvo como director de la carrera de diseño gráfico, el arquitecto Rovalo cuenta que la idea y concepción del diseño gráfico de la época, por parte de la universidad era un tanto difusa o de cierta manera muy escueta, ya que en ese entonces la división de arte estaba conformada por arquitectura, historia del arte, diseño industrial y artes plásticas. Sin embargo, se le daba mucho peso a la formación personal, las artes y ciertas actividades que acompañaban a la formación del individuo. Partiendo de un enfoque de formar a los estudiantes como los mejores profesionales, independientemente de la disciplina o carrera que se estudiara, la universidad perfilaba a sus alumnos con conocimientos de cine, artes y cultura. Es decir, en general se buscaba el crecimiento personal de sus estudiantes sin importar la carrera que eligieran, por ello, desde inicio se le dio un enfoque multidisciplinar, desde la combinación de asignaturas como historia del arte, arquitectura, artes plásticas y obviamente el diseño industrial, carrera que se fundó en el año de 1955.

El rector Ernesto Meneses, Doctor en Psicología, personaje muy audaz quien impulsó mucho al crecimiento de la carrera de diseño gráfico. Iniciando por los cursos teóricos en la primera etapa, los dibujos y geometría en la segunda etapa y una tercera se basaba en planteamientos de problemas de diseño, con lo cual conllevaba a realizar tres evaluaciones o exámenes por semestre, sin embargo debido a las condiciones dadas con respecto a los problemas, si algún alumno no pasaba la segunda etapa o la primera, se generaba un caos con respecto a la administración de la matrícula y de la formación en sí de los alumnos.

A través de los años, la IBERO planteaba los análisis de plan de estudios cada siete años. Esto no significaba un cambio o una modificación en el mismo, lo que se buscaba era una estándar hacia la vanguardia de la educación en el diseño gráfico.

La carrera de diseño gráfico busca una nueva estructura en cuanto a su programa de estudio en 1974, con una columna vertebral basada en el taller de diseño; entendiendo al taller de diseño como toda síntesis de las competencias adquiridas en las diferentes materias. Por un lado, se tienen las materias teóricas y del otro, las tecnológicas, a su vez rodeadas de asignaturas y materias de análisis e investigación, al igual de aspectos mas técnicos como el dibujo y la geometría.

Así mismo en 1955 cuando se fundó la carrera de Diseño Industrial, varios miembros de la IBERO se reunieron previamente con diseñadores de la talla de Walter Gropius, VAN DER ROES y algunos de los máximos exponentes de la Bauhaus, con ello se reforzaba el sentido de una estructura solida en cuanto a los máximos referentes de la enseñanza del diseño a nivel mundial. De ello se deriva que la enseñanza de la primera escuela de diseño gráfico en México, se basaba en los planes y programas de estudio de la Bauhaus.

Si bien antes de 1968 la Licenciatura en Diseño Gráfico, muchos de los problemas y de las asignaturas que se plasmaban en la enseñanza del Diseño Industrial tenían cierta afinidad en cuanto a los conceptos, productos, formas y funciones basadas en el diseño gráfico. Por consiguiente, se tienen como ejemplo las manifestaciones del programa de identidad visual, de los juegos olímpicos de 1968 en el cual el equipo encargado del proyecto se formó en gran mayoría con diseñadores industriales y arquitectos. De ello se deriva que las concepciones iniciales de los primeros profesores de la IBERO partieran de un enfoque del diseño industrial y la arquitectura.

Lo anterior generó un crecimiento a gran escala en cuanto a la apertura de escuelas, enseñanza y a la profesionalización de la disciplina, dados los resultados que se generaron a través de la grafica de los juegos olímpicos de 1968.

Rovalo comenta que el cúmulo de conocimientos, conceptos y proyectos, como el de las olimpiadas, las estancias de investigación basadas en la Bauhaus

y la Ulm, en conjunto con el ideario de la IBERO, dieron esa conjunción integral que permeó el ser del diseñador gráfico en esta institución y el significado de la disciplina para su comunidad. Para el arquitecto, el concepto de diseño gráfico se basa en “una preocupación de la cultura material”, la cual consiste en atender los campos donde se desarrollaba el diseño gráfico, el diseño industrial e inclusive la la arquitectura (F. Rovalo, comunicación personal, 30 de octubre, 2017).

Anteponiendo a la frase de Louis Sullivan *la forma sigue a la función*, Rovalo se centraba en que *la forma sigue a la expresión*, entendiendo que la función se puede resolver de diversas maneras.

El caso de la iglesia

Argumentando y respaldando su frase sobre *la forma sigue la expresión*, Rovalo relata una anécdota en donde, desde su punto de vista, se presenta el siguiente caso:

El arquitecto comenta cómo fue contactado por un grupo parroquial en una comunidad muy humilde de una población en México. Dicho grupo estaba instaurando nuevas iglesias para continuar predicando la palabra de la religión católica y así seguir expandiendo la fe en todos los pueblos, según sus palabras.

El problema de aquel caso se encontraba en que las construcciones que se levantaron para las iglesias, no precedían al imaginario colectivo con la que normalmente se expresa visualmente una iglesia a través de la arquitectura, los signos de identidad, las formas y todo lo referente a la parte visual (la cruz, los santos, etcétera), sino que contaban con una expresión un tanto diferente en función de lo que habitualmente se presenta una iglesia en cuestión de expresión visual, signos y arquitectura.

Con respecto a la modificación de la concepción del diseño gráfico, el arquitecto señala cómo en la actualidad se le da mucho énfasis a la investigación del usuario y su experiencia de uso sobre el producto. De igual manera, la enseñanza dentro de la universidad se centra en esos conceptos, de tal modo que en la década de los setenta la concepción se centraba en la generación del producto u objeto. Hoy en día las funciones del diseño se enfocan en el estudio de la información respecto al usuario o interacción del producto diseñado con el destinatario final. Prueba de ello son las visitas y estudio a las comunidades

donde se pretende utilizar un determinado producto, generado a través del diseño gráfico.

Sin embargo, en contraste con diversos docentes y los hallazgos dentro de la investigación, Rovalo hace hincapié en que en la actualidad el diseñador destina mucho del tiempo en el taller de diseño, en el cual se centra en la estrategia e investigación y con ello se pierde un tanto la esencia del hacer del diseñador gráfico y la generación de objetos o artefactos visuales.

Por otra parte, también habla de la ética del diseño gráfico, en cómo la educación debe centrar a los alumnos con una formación profesional con un enfoque y a reflexión sobre el ser ético del diseñador. Es decir, formar diseñadores que busquen la resolución de problemas del diseño, mediante procesos y resultados, en los cuales se anteponga la ética profesional ante cualquier factor económico o comercial.

De cierta manera en aquel entonces los miembros del cuerpo académico en conjunto con la institución, buscaban *hacer visible el mundo que queremos*, mediante el diseño gráfico y no jugar o engañar mediante la disciplina con conceptos como la persuasión y la manipulación en el comportamiento de la sociedad, con usos poco éticos en relación al valor de la expresión del diseño gráfico. En contraparte, se buscó siempre el generar seres reflexivos, diseñadores pensantes y agentes de cambio en la sociedad.

El arquitecto Fernando Rovalo comenta al respecto:

“Si bien antes de 1968 y de la licenciatura en diseño gráfico, muchos de los problemas y de las asignaturas que se plasmaban en la enseñanza del diseño industrial tenían cierta afinidad en los conceptos, productos, formas y funciones basadas en el diseño gráfico. Por ejemplo, tenemos las manifestaciones del programa de identidad visual de los Juegos Olímpicos de 1968, en el cual el equipo encargado del proyecto se formó en su gran mayoría con diseñadores industriales y arquitectos. De ello se deriva que las concepciones iniciales de los primeros profesores de la Universidad Iberoamericana partieran de un enfoque del diseño industrial y la arquitectura” (F. Rovalo, comunicación personal, 30 de octubre, 2017).

Después del recorrido por los planes de estudio, los objetivos de carrera y algunos de los grandes referentes de la enseñanza del diseño gráfico en la IBERO, se debe señalar la importancia de dicha institución en el plano de la

educación del diseño gráfico en México, no solo por ser la primera escuela en abrir las puertas a la carrera, como se menciona en repetidas ocasiones en el estudio en cuestión, sino por la aportación y la influencia de la institución en la enseñanza del diseño en todo el país.

Después de analizar sus modificaciones en cuanto a los planes de estudio y las concepciones tanto institucionales como por los docentes entrevistados, se puede encontrar que la IBERO se sigue manteniendo como una institución que continúa el arduo trabajo, para mantener un equilibrio en cuanto a la relación de lo que se concibe como diseño gráfico y las estrategias didácticas en el taller de diseño.

2.3.5 Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL)

La Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) abre sus puertas en el año de 1933 de manera oficial. En aquel entonces esta universidad contaba con las facultades de medicina, enfermería, derecho, ingeniería y química. En pocos años el crecimiento de la universidad fue de manera exponencial, en la década de los años cincuenta, contando con nuevos edificios al igual que con la apertura de las facultades de filosofía, letras, administración y agronomía, entre otras.

Después de pasar por momentos críticos en la década de los años setenta, se busca una especie de reestructura y fortalecimiento dentro de la universidad, específicamente en el área de la docencia y la investigación. A raíz de lo anteriormente mencionado, surge la Escuela de Artes Visuales; misma que cuenta con los grados de Técnico en Artes Visuales y Técnico Superior. Lo anterior fue basado en un proceso de aprobación a manos del Consejo Universitario, el cual buscaba generar las bases para posteriormente convertir los grados técnicos, en una licenciatura en el marco oficial de la educación superior en México.

Ya iniciada la década de los años ochenta, específicamente en el año de 1982, el consejo universitario aprueba el programa de estudios de la Licenciatura en Artes Visuales. Por consiguiente, se sentaban los primeros indicios de lo que años después desencadenaría en la apertura de otras licenciaturas, con un enfoque derivado de las artes visuales como el diseño gráfico en caso concreto, la especialidad en artes gráficas.

Además, la Licenciatura en Artes Visuales, contaba con una especialidad en artes plásticas, artes textiles y artes escenográficas.

Ese mismo año se reubica la Escuela de Artes Visuales para instalarse en la Unidad Mederos de la Universidad Autónoma de Nuevo León, donde actualmente se localiza. El primer director de la Escuela es el Arq. Armando Flores, quien asume el compromiso de modernizar la carrera debido a que el artista plástico, desde años atrás, participa directamente dentro de las demandas del mercado de la cultura de la imagen: el productor de arte labora como publicista, diseñador gráfico, formateador de periódicos locales, áreas valiosamente remuneradas y que responden a un mercado en crecimiento (www.uanl.mx).

Posteriormente la Escuela de Artes Visuales pasa a convertirse en una facultad, hasta el año de 1988 cuando a través de una reestructura curricular, se modifica el programa académico, reduciéndose a tres especialidades: artes plásticas, camarográficas y gráficas.

Pese a los cambios y adaptaciones realizados en la denominada Facultad de Artes Visuales, se buscó continuar con la formación y un enfoque preponderantemente artístico. Mismo que a su vez se centra en el proceso teórico-práctico como parte de sus estrategias didácticas con la finalidad de posicionar al profesional visual, en un escenario más enfocado a las necesidades de la sociedad.

Además con el paso de los años y la llegada de las nuevas tecnologías, la computadora y los contenidos digitales insertados en las artes visuales, generaron un aumento en cuanto al ingreso de nuevos estudiantes. Esto debido al crecimiento de los contenidos y el comercio relacionado con el uso de la computadora, la cultura visual, digital y los nuevos patrones de consumo, con una fuerte presencia de la digitalización y virtualización de la sociedad.

En el año 2000 se genera el nuevo plan académico basado en los cambios sociales y de mercado, pero sobre todo, se generó un cambio en la visión basado en el acercamiento con la asociación de escuelas de diseño en la década de los noventas y la discusión sobre el diseño en general al interior de la UANL. Sumado a lo anterior, surge la aparición de nuevas escuelas de diseño en la región como la Universidad de Monterrey (UDEM) y el Centro de Estudios Superiores de Diseño de Monterrey (CEDIM). Con ello, gran parte de la planta docente inicia con

la generación de nuevos perfiles del diseñador, basados en una concepción más apegada a las necesidades de mercado y el rol del diseño en la sociedad, desprendiendo así nuevas estrategias didácticas y ajustes en los modelos de enseñanza.

Por consiguiente, las cifras presentadas en su portal web plasmaban un registro de 600 estudiantes una vez iniciado el siglo XXI. Marcando como uno de sus ejes en cuanto a la enseñanza de las artes visuales, la creatividad y la multidisciplinariedad en el área. Si bien es cierto que para la institución se comparte un origen común en las distintas ramas y disciplinas de la facultad, las concepciones sobre cada una de ellas, incluyendo el diseño gráfico, toma fuerza con respecto a sus prácticas específicas y su rol social en la vida diaria a través de los futuros egresados.

Dicho lo anterior para el año 2001 se empieza a ofertar la carrera de Licenciado en Diseño Gráfico, por iniciativa de la universidad, cuya finalidad se centró en la especialización de las competencias de cada disciplina.

Ruiz menciona cómo a inicios de los noventa, el grupo de maestros en diseño gráfico concebía al diseño gráfico como “Una herramienta de comunicación, veíamos expansión boom de necesidades de producción de publicidad de impresos, producción de imagen, entonces veíamos un horizonte abierto” (E. Ruiz, comunicación personal 2017). Sin embargo, es importante partir de la visión sobre el diseño gráfico institucional, tal como se muestra en el sitio oficial de la Licenciatura en Diseño Gráfico por parte de la UANL. De donde se sigue el propósito marcado y menciona lo siguiente:

La Licenciatura de Diseño Gráfico tiene como objetivo formar individuos capaces de comprender con mayor profundidad las habilidades cognoscitivas de su trabajo y restablecer la unidad entre el pensamiento y la producción gráfica.

Atendiendo con más seriedad a una educación del diseño a través del arte, en ambientes ricos y multidisciplinarios, con la finalidad de estimular mayormente la percepción, la creatividad individual, la imaginación y la integración de saberes necesarios para incorporarse a una sociedad acelerada y cambiante, que precisa de un profesional del diseño más humano, capaz de resolver problemas visuales tangibles en diferentes medios y capaz de proponer nuevos modos de significar las cosas (<http://www.uanl.mx/oferta/licenciatura-en-diseno-grafico.html>)

Como se puede observar en lo plasmado en la enunciación del propósito del programa educativo, es evidente el apego del diseño gráfico al arte como parte de una concepción institucional, desde los años de apertura de la carrera en

la UANL. Mismo que se fundamenta de manera contundente en el enfoque que la universidad tiene sobre la enseñanza del diseño gráfico. “El enfoque de la carrera se basa en una concepción artística, tecnológica, de proposición material de la información y comunicación visual, mediante la solución creativa, objetivo del proceso disciplinario del diseño, integrando teoría y práctica” (2016, recuperado de: <https://www.uanl.mx/oferta/licenciatura-en-diseno-grafico/>).

De igual forma en las entrevistas realizadas al grupo de docentes, se encontraron coincidencias en cuanto a las posturas y la concepción del diseño gráfico, en relación a las estrategias didácticas. Dichas posturas parten del hecho de que el diseñador gráfico debe estar a la vanguardia de las necesidades en el entorno social; sus gustos, sus aficiones, sus patrones de conducta y todo aspecto que refiere a los factores socioculturales de una comunidad.

En un artículo publicado por Jaramillo (2016), para el coordinador de la carrera, el maestro Gerardo Santana, la formación del diseñador gráfico debe concebirse desde las diferentes conductas sociales de los individuos, partiendo de sus gustos, ideologías, clases sociales y hasta la afinidad deportiva. De ello se sigue que el diseñador gráfico de hoy en día, sea el enlace e interactúe mediante la comunicación de un mensaje para la conexión al interior de la sociedad.

Del mismo modo, como parte de la concepción institucional de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Facultad de Artes Visuales, en los últimos años se continúa en el mejoramiento en cuanto a la formación de los alumnos, trabajando en un perfil que esté por encima de las capacidades básicas del dibujo y la parte meramente visual, como generalmente se concibe a la disciplina por parte de la sociedad.

Con base en lo anterior, las estrategias didácticas dentro del programa se han ido moviendo hacia el perfil de un futuro egresado multidisciplinar. Como ya se mencionó anteriormente, la Facultad de Artes Visuales, manejaba áreas de especialización o acentuación en la etapa final de la cursada en la licenciatura, esto hasta finales de los años noventa. Posteriormente en el año 2000 la Licenciatura en Diseño Gráfico se centró, en generar en el alumno a un profesional reflexivo con la capacidad de inserción en un entorno multidisciplinario.

En palabras de Gerardo Santana “Aquí vemos una cuestión de re significación del diseño gráfico. Podemos decir que el diseño gráfico está inserto en un ambiente multidisciplinario”.

Lo anterior se ve reflejado en las asignaturas correspondientes al plan de estudios, tales como: ética, sociedad y profesión. Así como conceptos referentes a la interacción social y el entorno al que se enfrenta el futuro egresado, mismos que se ven reflejados en las materias como el diseño de entorno, ambiente y sustentabilidad entre otros.

Con ello se busca que los alumnos aspiren al éxito en el plano laboral atendiendo a la interdisciplinariedad y a la basta gama de exigencias en el campo laboral, para el diseñador gráfico de hoy en día, a través del resultante de una claridad entre la concepción del diseño y las estrategias didácticas, durante su etapa de cursada en la universidad.



Plan de Estudios: Licenciado en Diseño Gráfico

Primer semestre	C	Quinto Semestre	C
Aplicación de las Tecnologías de Información	2	Ambiente y Sustentabilidad	2
Tendencias del Diseño	3	Diseño Editorial	4
Lenguaje Visual	3	Multimedia	4
Historia del Arte y el Diseño	2	Tiempo y Movimiento	4
Laboratorio de Materiales	4	Gestión y Administración del Diseño	2
Diseño Proyectual	4	Optativa Básica Profesional II	3
Técnicas de Representación Gráfica	4	Optativa Básica Profesional III	3
Segundo Semestre		Sexto semestre	
Apreciación a las Artes	2	Tópicos Selectos de Desarrollo Humano, Salud y Deportes	2
Competencia Comunicativa	2	Proyectos Interdisciplinarios	4
Crítica Estética	3	Diseño del Entorno	4
Análisis de los Medios	3	Optativa Profesional I	3
Laboratorio de Color	4	Optativa Profesional II	3
Fotografía	4	Optativa Profesional III	6
Tipografía	4		
		Séptimo Semestre	
Tercer Semestre		Ética, Sociedad y Profesión	2
Tópicos Selectos de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades	2	Tópicos Selectos de Lenguas y Culturas Extranjeras	2
Estrategias de Persuasión	3	Optativa Profesional IV	6
Discurso Visual	2	Optativa Profesional V	6
Usuario y Diseño	3	Optativa Profesional VI	3
Estructuración Gráfica	4	Optativa Profesional VII	3
Ilustración	4		
Medios Impresos	4	Octavo Semestre	
		Ecosistema empresarial	6
Cuarto Semestre		Servicio Social	16
Contexto Social de la Profesión	2		
Mercadotecnia Estratégica	2	Noveno Semestre	
Lenguajes de Programación	4	Tópicos Selectos para el Desarrollo Académico y Profesional	2
Identidades	4	Libre Elección	20
Postproducción Gráfica	4		
Optativa Básica Profesional I	6		

Figura 16. Plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la UANL.

Fuente: recuperado en el año 2017 en <https://www.uanl.mx/oferta/licenciatura-en-diseno-grafico.html>

Día a día se enfrenta al debate actual sobre cuál es el perfil ideal para el diseñador gráfico de la actualidad y es en ese punto, donde se presenta la disyuntiva en cuanto al rol del profesional del diseño gráfico, ya que cada día el abanico o apertura en cuanto al trabajo del mismo, se sigue extendiendo. Por ello la importancia dentro de la enseñanza en las universidades, de generar una mayor claridad en cuanto a lo que debe o no hacer el diseñador y cómo debe prepararse durante sus años como estudiante.

En resumen, la UANL intenta llevar ese equilibrio entre lo que se concibe como diseño gráfico y las estrategias didácticas dentro del programa educativo, de inicio los cambios y la actualidad de su plan de estudios se presentan con los argumentos que respaldan la formación del alumno, por lo menos en el plano discursivo y lo plasmado en las materias y asignaturas dentro del plan de cursada.

El diseñador de hoy en día debe tener conocimientos en cuanto a los negocios, a la administración de un proyecto, a la presentación de un proyecto con el cliente y por supuesto, a una visión clara de su entorno y las necesidades sociales de la vida cotidiana.

Sin embargo, se aclara cómo a pesar de ciertas modificaciones o cambios en cuanto a la concepción del diseño gráfico, se continua con un sesgo del diseño gráfico visto desde una perspectiva artística; a diferencia de otras universidades donde la concepción parte de un devenir histórico de la arquitectura, el diseño industrial o los aspectos meramente publicitarios o de mercado.

2.4 La concepción de la disciplina a través de las universidades mexicanas

A continuación se muestra la matriz de objetivos de programa y perfil de egreso por cada una de las universidades que forman parte del estudio en cuestión (ver Tabla 6). Todo esto con la finalidad de respaldar un análisis en cuanto al aspecto discursivo, en lo que refiere a cómo enuncian sus objetivos las diferentes carreras de diseño gráfico y así, profundizar más sobre cuál es la concepción que se tiene al interior de cada institución y cómo es enmarcada en su documentación institucional. Con ello se genera una mayor argumentación en cuanto al estudio de lo que se define como diseño gráfico y su enseñanza, vistas en el siguiente capítulo a mayor profundidad.

Tabla 6. **Objetivos de programa y perfil de egreso de cada universidad del estudio.**

Universidad	Objetivo por programa educativo	Perfil de egreso
UIC	Formar profesionales vanguardistas, capaces de crear soluciones analíticas e innovadoras en los medios de la comunicación gráfica y visual.	La licenciatura te dará una formación sólida y una serie de herramientas conceptuales, prácticas y tecnológicas que te permitirán identificar, analizar y solucionar problemas de comunicación visual.
IBERO	Formar profesionales en: Utilizar formas, colores, texturas, imágenes y letras como herramientas; con una visión global de la realidad para poder anticiparse a los cambios y oportunidades e influir así en el proceso de comunicación visual. Desempeñar funciones de comunicación gráfica en diversos sectores sociales, como elemento medular para el trabajo interdisciplinario.	Habilidad y conocimiento para ejercer la gestión estratégica del diseño, coordinar proyectos multidisciplinarios involucrados en la proyección del producto, bien o servicio. Visión y conocimiento para abordar desde una perspectiva amplia, el proceso integral del diseño que incluye diagnóstico, estudio y análisis del contexto, desarrollo de herramientas de comunicación, así como la coordinación de equipos interdisciplinarios para la concreción de un proyecto de diseño. Capacidad para considerar los intereses, perspectivas y necesidades de las personas y los grupos para quienes trabaja con una actitud responsable, crítica y propositiva, logrando que el diseño sea un instrumento para mejorar el nivel de vida de las personas.
ITSON	Formar profesionistas éticos y responsables capaces de solucionar estratégicamente problemas de comunicación visual, a través de la gestión, desarrollo y dirección de proyectos creativos e innovadores, que respondan a las necesidades sociales y empresariales.	El egresado del programa educativo de Licenciado en Diseño Gráfico será un profesional capaz de desarrollar y gestionar proyectos gráficos, estratégicos e innovadores, para dar solución a problemas de comunicación visual a través de una actitud ética y emprendedora.
EDINBA	Formar profesionales con un enfoque artístico, capaces de generar diseños para resolver necesidades de materiales y de comunicación presentes y futuras; que consideren los atributos estéticos, estructurales, funcionales, técnicos, productivos y socioeconómicos de productos, procesos y servicios.	La licenciatura en diseño aspira a formar un diseñador en sentido amplio, competente para resolver proyectos de diversa índole; se orienta a formar un individuo capaz de contextualizar y conceptualizar éticamente su formación profesional, estimulando una actitud de autogestión y formación continua.
UANL	La Licenciatura de Diseño Gráfico tiene como objetivo formar individuos capaces de comprender con mayor profundidad las habilidades cognitivas de su trabajo y restablecer la unidad entre el pensamiento y la producción gráfica. Atendiendo con más seriedad a una educación del diseño a través del arte, en ambientes ricos y multidisciplinarios, con la finalidad de estimular mayormente la percepción, la creatividad individual, la imaginación y la integración de saberes necesarios para incorporarse a una sociedad acelerada y cambiante, que precisa de un profesional del diseño más humano, capaz de resolver problemas visuales tangibles en diferentes medios y capaz de proponer nuevos modos de significar las cosas.	El propósito de este programa educativo es el de formar licenciados en Diseño Gráfico innovadores, estratégicos y emprendedores; con un espíritu ético, crítico, científico y humanístico en el ejercicio de su profesión, que dominen el lenguaje visual con una actitud transdisciplinaria, responsable y de servicio, comprometidos con su contexto cultural; utilizando el diseño y la comunicación gráfica como instrumento cultural al ejecutar o producir obras de carácter visual originales o derivadas, para incrementar el acervo cultural nacional e internacional; con la capacidad para evaluar los mensajes gráficos en términos de complejidad, originalidad o niveles de iconicidad, asignándole estructura, forma y significado a la información; y para la difusión y transmisión de los sistemas de producción y consumo en bienes y servicios de las instituciones públicas o privadas; con la capacidad para mejorar la calidad de vida, al plantear soluciones viables y socialmente responsables.

Fuente: elaboración propia (2018).

En la tabla anterior, se muestran los distintos perfiles de egreso y objetivos generales que exponen las cinco licenciaturas en diseño gráfico en su documentación institucional. Entendiendo por documentación institucional, lo plasmado en sus documentos oficiales, sitio web, folletería, entre otros.

Cabe destacar que dentro de las coincidencias y similitudes encontradas dentro del plano discursivo, con respecto a la concepción del diseño gráfico, se observa como generalmente visualizan al diseñador dentro del ámbito multidisciplinar, la innovación y el aporte a la sociedad, mediante su aplicación e implementación, dando solución a problemáticas de la comunicación visual.

De igual forma es notable como dichas concepciones tienden a tener una armonía, en relación a los conceptos y teorías del diseño gráfico de autores como en el caso de lo expuesto por Ledesma (2003) haciendo un énfasis especial en cómo el diseño gráfico genera mediante su aplicación, un mejoramiento en cuanto a la calidad de vida de la sociedad y cómo mediante sus diversas representaciones se presenta una voz pública. Por su parte Frascara (2004), menciona que para redefinir el concepto del diseño, se necesita situarlo en nuevos marcos teóricos que se construyan a través del estudio de sus relaciones y efectos en la sociedad actual, así como el alto impacto que en él genera el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC).

Por otra parte, es importante señalar cómo el perfil del diseñador gráfico, requiere de competencias que solucionen los problemas actuales de la sociedad y el entorno en el que se desarrollan. Si se consideran los conceptos y caracterizaciones que las universidades establecen como parte fundamental del perfil de egreso, al diseñador se le exigen esas competencias para actuar como estrategia en la construcción de la imagen que atienda necesidades de diversos ámbitos.

Hasta este punto puede pensarse que la relación entre lo que es concebido como diseño gráfico y las estrategias didácticas en el taller de diseño, gozan de una relación en equilibrio. Ahora bien, habrá que dar lugar en la presente investigación a un capítulo que exponga a mayor profundidad lo que acontece en el plano de las estrategias didácticas, dentro de los talleres de diseño, para así poder constatar la realidad en cuanto a la hipótesis planteada en el proyecto, la cual hace alusión al desfase dentro de tan mencionada relación.

Lo anterior puede observarse en los objetivos y perfil de egreso de los programas académicos en diseño gráfico. En los cuales, actualmente se habla parcialmente sobre el rol del diseñador gráfico en la sociedad y cómo mediante su aportación profesional, puede generar un mejoramiento en la calidad de vida de las personas dentro de un entorno o comunidad determinada. De igual forma se encuentra la importancia del diálogo y la argumentación, cuya finalidad se centra en primera instancia en poder establecer un proceso de dialogo con el cliente, la sociedad y el mercado, para entender de una manera óptima el problema al que se enfrenta el diseñador y cuáles son las posibles soluciones a dicha problemática, la cual se presenta a través de la argumentación, ya sea planteando la estrategia a desarrollar para solucionar el problema, así como la presentación de un proyecto determinado ante el público o cliente.

Ahora bien, aceptando estos supuestos y profundizando en algunas de las materias de los diferentes planes de estudio de la licenciatura en diseño gráfico, de las universidades previamente seleccionadas, se encuentran asignaturas como: emprendimiento, innovación, planeación estratégica, cultura y diseño. Así, se observa cómo las instituciones de educación en sus propuestas curriculares se adaptan a la concepción del diseño gráfico como una práctica social, ya que las materias antes mencionadas son un complemento al saber práctico (artefactual) y teórico (intelectual), en la formación tradicional del diseñador. Sin embargo, tal como se analizará más adelante, en cuanto a la enunciación de los objetivos por programa educativo y mapa curricular, se percibe la falta de más asignaturas que den solidez a la estructura de la enseñanza del diseño como práctica social.

En los siguientes capítulos, se dará profundidad a la reflexión acerca de la malla curricular, en la búsqueda de la pertinencia del diseño como práctica social, en función de las estrategias didácticas al interior de las universidades.

Asimismo se señala que la investigación no busca, ni tiene como finalidad el hacer un juicio o señalamientos directos sobre las universidades que forman parte del estudio. Tampoco se trata de un estudio enfocado en evidenciar los puntos débiles o fuertes de cada institución, buscando así minimizar o maximizar con base en distintos argumentos cuál es la mejor universidad de diseño gráfico, de las involucradas en la presente investigación, mucho menos la elaboración de juicios personales de lo bueno y lo malo de las universidades ya mencionadas en

lo que respecta a sus programas de diseño gráfico y su enseñanza.

Por el contrario, se busca presentar los distintos escenarios dentro de los cuales se genera la enseñanza del diseño gráfico y cómo es concebido al interior esta disciplina, misma que a su vez es determinante a la hora de enseñar y aprender. De donde se sigue que las diferentes zonas geográficas, demográficas y entornos de las instituciones, proporcionen un mayor argumento al momento de indagar sobre las relaciones de lo que se concibe como diseño gráfico y las estrategias didácticas. En otras palabras, se optó por no depender de un estudio de caso único para poder fundamentar de una manera óptima el trabajo en cuestión, por ello la selección de las distintas universidades con diferentes periodos de tiempo en cuanto a sus aperturas y sus entornos; tanto socioeconómicos, culturales y geográficos.

Dicho lo anterior, es necesario retomar el objetivo general del trabajo y la hipótesis las cuales mencionan lo siguiente:

Objetivo general

Estudiar la relación entre las distintas concepciones del diseño gráfico y la enseñanza, dentro del taller de diseño en las universidades seleccionadas durante el período de 1995 a 2015.

Hipótesis Fundamental

La enseñanza en las universidades seleccionadas durante el período de 1995 a 2015, responde a distintas concepciones del diseño gráfico, aceptadas tácitamente y de manera acrítica, lo cual da lugar a prácticas diferenciadas dentro del taller de diseño.

De igual forma es importante aclarar cómo el presente capítulo se centra mayormente en el plano discursivo del diseño gráfico, cómo lo plasman, cómo lo enuncian dentro de sus plataformas y documentación institucional y en cierto modo, cómo se relaciona dicha enunciación con los planes de estudio de diseño gráfico en las universidades mencionadas.

Concretamente, en el presente capítulo se presenta la diversidad y las distintas maneras en las cuales las instituciones conciben al diseño gráfico, entendiendo que el problema no radica en las diferentes maneras de ver el diseño

gráfico, ya que se considera totalmente obvio, el tener diferentes posturas sobre la disciplina; el problema radica en la falta de claridad en cuanto a la definición del diseño gráfico. Mismo que a su vez se ve reflejado en una desarticulación con respecto a las formas de enseñar y aprender dentro de los programas de clase. Dicho de otro modo, al no encontrar un equilibrio entre lo que se define como diseño gráfico y su enseñanza dentro de las universidades, se produce un marasmo en cuanto a las competencias con las que debe contar del diseñador gráfico de hoy en día, para desempeñar su rol activo en la sociedad como profesional, lo cual a su vez genera ciertas confusiones en el diseñador al momento de su egreso. Ya que la falta de claridad en cuanto a la significación del diseño gráfico, le causa un entorno de incertidumbre con respecto a lo que realmente debe hacer un profesional en la materia y con qué herramientas y competencias debe contar para desarrollarse en el mercado. Punto a desarrollarse a profundidad en nuevas investigaciones referentes a cómo es concebido el diseño gráfico, por parte de la sociedad y el mercado. Ya que la magnitud y las proporciones de la presente investigación no dan lugar, por cuestión de tiempo y espacio a dichos cuestionamientos.

Ahora bien, dentro de los hallazgos realizados en el presente estudio, existen universidades cuyos programas de diseño gráfico van en completa armonía con lo anteriormente mencionado.

En concreto, la IBERO dentro de la licenciatura en diseño gráfico genera una especie de mecanismo de valoración, a través del cual se evalúa al alumno en distintas fases del total de su cursada. Este mecanismo denominado *evaluación de nivel*, calcula la integración de conocimientos y habilidades en tres partes cruciales de la carrera; tercer semestre, sexto y octavo.

Por su parte la EDINBA, realiza una actividad muy similar en diferentes semestres de la cursada, para ir evaluando el nivel de sus alumnos, independientemente de las notas o calificaciones semestrales por asignatura.

Si bien es cierto que la realidad de ambas instituciones varía notablemente en diversos aspectos como infraestructura, modelo educativo, etcétera, las dos comparten el objetivo de estudiar y comprender más a profundidad los conocimientos y aprendizajes, que los alumnos integran en los talleres de diseño. De ello resulta que en ocasiones se encuentren las posturas entre lo que se

define como diseño gráfico y su enseñanza. Dicho de otro modo, estos mecanismos permiten analizar el proceder de los alumnos a la solución de problemas planteados en el taller, partiendo de improntas enfocadas a la solución vista desde un aspecto funcional y de la forma, a otras que se perfilan hacia los negocios y los factores comerciales y económicos.

Es en este punto donde vuelve a cobrar importancia la definición y el concepto de diseño gráfico, por parte de la institución de educación superior y sus profesores, ya que a través de ello se le da sentido a cómo abordar los problemas y mediante qué conocimientos se forma al alumno para enfrentar a la sociedad y el mercado actual.

De haber una incongruencia en la relación del concepto de diseño y las estrategias didácticas en el taller de diseño, el abordaje de los problemas de diseño tiende a perderse en el proceso.

De igual manera pasa con las teorías y los contenidos vistos al interior del programa académico, ya que estos son el resultado del enfoque o la postura desde la cual se ve el diseño gráfico para determinada institución. Los contenidos establecidos en el programa educativo, están en función de la línea de categorización del diseño. Si la concepción parte del conocimiento enfocado a las prácticas sociales, el diseño como arte y el diseño como comunicación, las teorías deben estar respaldadas por enfoques vanguardistas, que van más allá de la generación de formas u objetos visuales. Sin embargo, en algunos modelos de enseñanza, se puede encontrar una separación de los conocimientos teóricos con respecto a la práctica. Asimismo, la enunciación y lo plasmado en el plan de estudios refleja esa importancia en cuanto a la teoría dentro del programa educativo, desde asignaturas en común encontradas en las universidades que forman parte de la muestra de estudio, como la retórica, semiótica e inclusive historia del arte y diseño. El problema radica al momento de llevarlos al taller de diseño, donde generalmente son relegados por el *habitus* del diseñador hacia el hacer y la forma.

En los talleres de diseño actuales, se mantiene una hegemonía del hacer práctico, los bocetos, la computadora y la experimentación de propuestas visuales, dejando en segundo plano los aspectos teóricos, de contexto y

conocimientos del entorno, en el cual se desarrollan y que atañen a la realidad a la que se enfrentan, más allá de las formas y objetos visuales.

Conocimientos imprescindibles en el día a día del profesional del diseño a la hora de presentarse con un cliente, de argumentar el ejercicio del diseño y colocar a la disciplina en el lugar que le corresponde dentro de la sociedad. Contrariamente la falta de lo anteriormente dicho, genera esa percepción del diseñador gráfico como un generador de piezas visuales y publicitarias generalmente, contrastando de una manera radical con el objetivo de los programas educativos y el perfil de egreso del estudio en cuestión, donde una de las principales cualidades es generar profesionales estrategas, con una visión innovadora que solucione problemas de comunicación en la sociedad.

Por ejemplo, la UIC (2016) expone: “La licenciatura te dará una formación sólida y una serie de herramientas conceptuales, prácticas y tecnológicas que te permitirán identificar, analizar y solucionar problemas de comunicación visual”.

Por su parte, el ITSON (2017) menciona: “El egresado del programa educativo de Licenciado en Diseño Gráfico, será un profesional capaz de desarrollar y gestionar proyectos gráficos estratégicos e innovadores para dar solución a problemas de comunicación visual, a través de una actitud ética y emprendedora”.

Por último, la UANL en su perfil de egreso cita lo siguiente:

El propósito de este programa educativo es el de formar licenciados en Diseño Gráfico innovadores, estratégicos y emprendedores; con un espíritu ético, crítico, científico y humanístico en el ejercicio de su profesión, que dominen el lenguaje visual con una actitud transdisciplinar, responsable y de servicio, comprometidos con su contexto cultural; utilizando el diseño y la comunicación gráfica como instrumento cultural al ejecutar o producir obras de carácter visual originales o derivadas, para incrementar el acervo cultural nacional e internacional; con la capacidad para evaluar los mensajes gráficos en términos de complejidad, originalidad o niveles de iconicidad, asignándole estructura, forma y significado a la información; y para la difusión y transmisión de los sistemas de producción y consumo en bienes y servicios de las instituciones públicas o privadas; con la capacidad para mejorar la calidad de vida, al plantear soluciones viables y socialmente responsables.

Está claro que la enunciación de dichos perfiles, contempla diversos factores y aspectos relevantes, que se supondría que son atendidos en el taller de

diseño. Sin embargo, tal y como lo comenta Rivera: “La mayoría de los programas evaluados por quien esto escribe, generan un área de materias teóricas separada de la línea curricular de los talleres de diseño, con lo cual no se favorece la integración de los conceptos revisados al proyecto.” (Esqueda, López-León, Martínez de la Peña, Rivera, Rodríguez, Tapia, Tiburcio, Torres Maya y Villalobos, 2017, p. 192).

Se concuerda con los puntos de vista dados por el maestro Antonio Rivera, en relación a la importancia de la teoría en el taller de diseño y de cómo generar un vínculo más sólido respecto a la práctica, mediante el cual se logre una consolidación en cuanto a la estructura formadora del diseñador gráfico, marcando una línea de educación en donde la enseñanza de la teoría y la práctica, se mantengan alineadas a la concepción y al significado del diseño gráfico por parte de la institución y sus docentes.

En paralelo a la didáctica, la teoría y todo lo referente a la enseñanza del diseño, se encuentra en los métodos de diseños que se presentan el taller. Es en ese punto donde la reflexión que realiza Ricardo López (2017) en su artículo, *Los mil y un métodos del diseño*, en el cual hace mención de cómo la diversidad y la gran variedad de métodos del diseño distintos genera como consecuencia la confusión en cuanto a los procesos y la actividad.

Capítulo 3. Lo que se hace

El presente capítulo tiene como finalidad, exponer algunos de los trabajos y proyectos realizados en el taller de diseño de las universidades seleccionadas. Esto con la finalidad de analizar los elementos tomados en cuenta por el profesor al momento de las asignaciones y las evaluaciones de los mismos. De ello se sigue, que dentro de las consignas planteadas por el profesor se ven reflejados los diversos elementos y conceptos a través de los cuales se concibe el diseño gráfico, por parte de los actores principales del proceso de enseñanza y aprendizaje. Dicho de otro modo, es posible observar las diferentes categorizaciones del diseño gráfico antes mencionadas como:

- El diseño gráfico como arte.
- El diseño como comunicación, información o persuasión.
- Diseño gráfico vinculado a las problemáticas sociales.

De igual forma es importante resaltar, que al momento de estudiar los enunciados de los ejercicios y consignas de los trabajos en el taller de diseño, es posible descubrir e identificar, las diversas posturas que se han adoptado respecto a las concepciones del diseño gráfico y su enseñanza.

Se debe mencionar que la correlación entre los ejercicios a observar, las consignas planteadas por los profesores dentro del taller y los objetivos específicos de la carrera de diseño gráfico en cada una de las universidades que forman parte del estudio en cuestión, dan muestra de la inclinación sobre la concepción de diseño gráfico que se tiene al interior de cada institución.

En consonancia con los objetivos plasmados por las diferentes carreras de diseño gráfico, las cuales mantienen la idea de preparar al alumno para la solución de problemas de índole social y el mejoramiento de la calidad de vida, se desfasan un tanto de las estrategias didácticas y los contenidos plasmados en sus programas académicos ya que, como se mencionó anteriormente, su desapego de la reflexión, las teorías y la investigación en el diseño gráfico, dan como resultado, diseñadores centrados en la creación visual y estética, sin preparación a profundidad para ser estratégicos y reflexivos, características que lo conduzcan

hacia una mejor solución de los problemas, mediante los conocimientos adquiridos en la investigación y los fundamentos teóricos, que den un mayor respaldo a la hora de tomar decisiones ante un determinado problema.

En el Apéndice A, se muestra el plan del curso de Diseño Identidad Visual de la Licenciatura en Diseño Gráfico del ITSON, en este caso se puede observar cómo dentro del plano discursivo, se presentan elementos y aspectos que van en función de la satisfacción o soluciones a necesidades del mercado preponderantemente.

Si bien es verdad, que el programa gira entorno a la formación de un profesional con una formación con base en la creatividad y la innovación para desarrollarse dentro del mercado o la sociedad. Se puede observar como el programa se encuentra enfocado en el hacer y los aspectos visuales y formalistas mayormente. Es decir, en la perspectiva del hacer, el diseñar y el generar productos u objetos para solucionar un determinado problema. Sin embargo, cabe mencionar que dentro del programa específicamente en la enunciación de las competencias a desarrollar, aparecen conceptos como la investigación y la innovación, la presencia de aspectos en función del rol social del diseñador.

Con respecto a lo anterior, casos recurrentes suceden en el taller de diseño cuando un proyecto se plantea a partir de la elaboración de una identidad visual por los alumnos. Suponiendo que el problema se centra en la necesidad de contar con una identidad visual para un nuevo restaurante, es común que el alumno enfoque su atención en la elaboración del logotipo, los signos de identidad, la gama cromática y todo aspecto referente a la representación visual y estética de dicho restaurante. Ahora bien, conceptos como el tipo de mercado, el entorno sociocultural en donde se desplegará e implementará el sistema visual y los factores de patrones de consumo, antecedentes, entre otros puntos, basados en la investigación y las estrategias para la implementación del proyecto, quedan muy rezagadas en comparación con los aspectos visuales y estéticos.

Si bien en la mayoría de los casos los alumnos cumplen con un proyecto aceptable en cuanto a la parte visual, los contrastes con la funcionalidad y las necesidades reales de éste, se encuentran muy distantes del mercado, debido al déficit en cuanto a la reflexión, la investigación y la argumentación de los

elementos presentados para la solución del problema en el proyecto previamente planteado.

Si se conectan los puntos con los temas referidos anteriormente a lo largo de este estudio, salta a la vista el desfase entre lo que se concibe como diseño gráfico y qué es lo que se enseña al interior del taller de diseño. En este punto es donde generalmente lo plasmado en los planes de estudio, plantea iniciativas que en el papel resultan adecuadas para la formación de los alumnos; sin embargo, se hace evidente en algunos casos el desfase entre lo que se entiende por diseño gráfico y las estrategias didácticas aplicadas a dicho concepto. Si se habla del diseño gráfico como una actividad integral e interdisciplinar para la solución de problemas de comunicación en la sociedad, es necesario plantear los problemas o proyectos en el taller de diseño con un enfoque alineado a disciplinas sociales, de mercado, a la psicología, entre otras, en donde el alumno cuente con los conocimientos y la capacidad para entender las necesidades de la sociedad, las vanguardias en cuanto al mejoramiento de la calidad de vida, la sustentabilidad y los patrones sociales y de consumo en el entorno en el cual se desarrollará el proyecto planteado al interior del taller de diseño.

Todo lo anterior va más allá de un proceso para la elaboración de un sistema visual con una fuerte presencia de una perspectiva sobre lo estético, en donde la concepción del diseño gráfico, evidentemente queda relegada a la creación de objetos y piezas visuales.

Por otro lado, existen diversos estudios e investigaciones referentes al tema de la enseñanza y el aprendizaje del diseño gráfico, análisis que se centran mayormente en la falta de una conceptualización del diseño gráfico por parte de las instituciones educativas y sus docentes, quienes a su vez transmiten el conocimiento sin tener claramente dicha concepción. Dicho de otro modo, el docente, pese a tener una formación profesional y pedagógica de buen nivel, genera una visión propia sobre el diseño gráfico, desarrollando las estrategias didácticas para el taller de diseño bajo esta concepción particular. En consecuencia, se obtienen como resultado estructuras curriculares, en donde no se establece un límite o un área determinada sobre los conocimientos que debe estudiar el alumno.

La oportunidad de desarrollar una labor educativa, trae compromisos de formación que hay que tener presentes. Además de algunas características de su personalidad, la disposición plena al acto de enseñar, de comunicar y contagiar a los estudiantes del gusto por el saber, el profesor requiere tener la vocación para serlo.

Todo el trabajo educativo para la formación de los estudiantes, los planes curriculares y programas, recaen de manera única en el quehacer del profesor. La base de todo es él, he ahí su importancia y valor. Educar es primeramente un acto humano que se da entre humanos. La finalidad de educar es formativa, prepara para la vida. Este acto de educar, más la experiencia, madurez y conocimiento de vida profesional del profesor, lo convierte en un ente convencido y comprometido. Así el enseñar y aprender de la enseñanza, se convierte en una pasión.

En relación a lo anterior, puede pensarse que, dependiendo de la concepción sobre el diseño gráfico que tenga una institución y todos los involucrados, como docentes, estudiantes, egresados y medio laboral, la enseñanza del diseño será determinada por el entorno, la retroalimentación que los estudiantes reciban y por supuesto por la formación y experiencia de quienes enseñan y proporcionan esa misma retroalimentación, los docentes.

Otro aspecto relevante en la enseñanza de la disciplina hoy en día, es la ausencia en las instituciones educativas del manejo del contexto sociocultural y político en el que se vive. Esta ausencia evita tener una visión objetiva del mundo real y de las competencias y los problemas que los diseñadores tendrían que solucionar en la sociedad al salir de sus universidades. Antonio Rivera en su libro *La nueva educación del diseñador gráfico* (2013), afirma: “El diseño es un artificio para intervenir en la vida de la gente. Por lo tanto, las acciones de los diseñadores tienen implicaciones sociales y éticas” (pág. 22). Rivera ofrece diversas propuestas para mejorar la enseñanza del diseño gráfico, donde destaca la discusión argumentada como medio de aprendizaje y propone escuelas donde lo central sea el aprendizaje del diseño y lo gráfico sea el pretexto pedagógico para que los alumnos aprendan a diseñar.

Por su parte, Zatarain (2015) en su trabajo, habla de la falta de bases pedagógicas en los actores que forman parte del proceso de enseñanza de diseño gráfico, así como de las estrategias didácticas necesarias para la

formación de los diseñadores gráficos de la actualidad. No debe olvidarse que, en la mayoría de los casos, al no contar con dichas estrategias, el docente va perdiendo el objetivo de qué es lo que enseña. Hace un gran énfasis en la utilización del enfoque constructivista y de cómo a través del mismo se puede lograr una mejora en la relación enseñanza-aprendizaje, entre el maestro y alumno, generando un ambiente propicio para la apropiación del conocimiento, todo esto basado en una línea de comunicación horizontal, que da lugar al debate y a las aportaciones por parte de todos los miembros del grupo.

A continuación se muestra el resultado final de algunos de los ejercicios analizados, mismos que se ven a profundidad en los capítulos posteriores. En ellos se pueden apreciar las diversas concepciones que se establecen previamente desde la consigna del profesor, por un lado están los trabajos que van más en función de la responsabilidad social y fines no lucrativos con un fin más concientizador, hasta los trabajos claramente marcados con una concepción publicitaria y de la venta del producto (ver Figura 17).



Figura 17. Exposición de proyectos finales: Diseño Ditwel.
Fuente: recuperado en el año 2018 de <https://repo.iberopuebla.mx/expolberoVirtual/>



Figura 18. Exposición de proyectos finales: Incluo, diseño estratégico que promueve el diseño inclusivo.
Fuente: recuperado en el año 2018 de <https://repo.iberopuebla.mx/expolberoVirtual/>



Figura 19. Exposición de proyectos finales: Darling Tea, línea Premium de té.
Fuente: recuperado en el año 2018 de <https://repo.iberopuebla.mx/expolberoVirtual/>



Figura 20: Proyecto final de la materia de identidad visual presentado en Expo Academias ITSON 2017. Down: trabajo realizado por la alumna Victoria Quiñonez. Fuente: recuperado de <https://ldgitson.com.mx/>

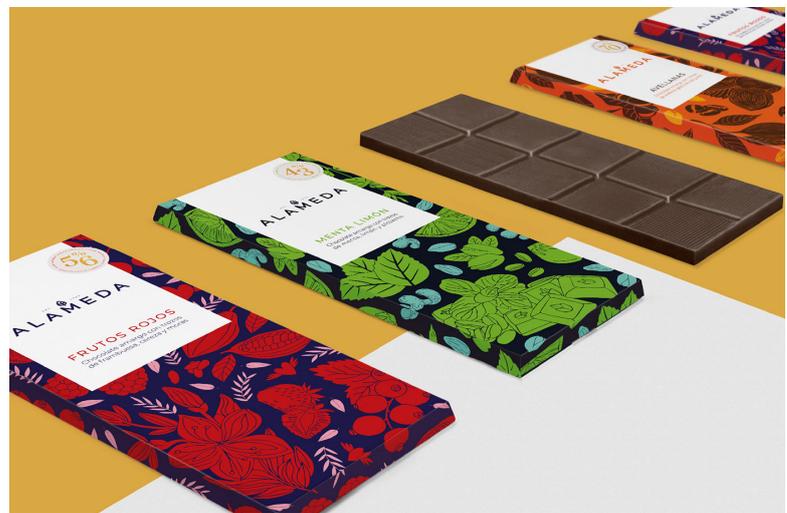


Figura 21. Proyecto final de la materia de identidad visual presentado en Expo Academias ITSON 2017. ALAMEDA: trabajo realizado por la alumna Andrea Saucedo.
Fuente: recuperado de <https://ldgitson.com.mx/>

MARCA ITSON

A continuación se presentan los casos del taller de Diseño de Marca dentro de ITSON, en el cual como ya se mencionó anteriormente, basados en su documentación institucional, objetivos de carrera y perfil de egreso, se centran en la concepción del diseño gráfico, como un profesional capaz de solucionar estratégicamente problemas de comunicación visual, a través de la gestión,

desarrollo y dirección de proyectos creativos e innovadores que respondan a las necesidades sociales y empresariales¹¹.

Ahora bien, el taller de Diseño de Marca, se constituye de cuatro unidades en las cuales según la descripción del curso, el estudiante aprenderá a gestionar signos identificadores, a partir del perfil estratégico de una organización para el diseño de la comunicación y activación de una marca, para lo cual se requiere conocimientos previos de Diseño de Logotipo, manejo de *software* aplicado al diseño vectorial, capacidad de análisis, investigación, manejo de información, facilidad de apreciación y creatividad. Además, desarrollará competencias genéricas tales como la administración de proyectos y sustentabilidad.

En el Apéndice B, se muestran las unidades de competencia del programa de curso de Diseño de Marca de la Licenciatura en Diseño Gráfico del ITSON.

Por otro lado y con respecto a la consigna del ejercicio del proyecto final específicamente, se encuentra que dicho proyecto se constituye con base en los siguientes requerimientos por parte de la consigna del profesor:

Marca madre y submarcas

/ Brand concept / personalidad / insight / moodboard

Diseñar una marca madre que arrope 2 sub marcas con 3 productos cada submarca. Deberá manejar un concepto que sea apreciable desde el naming hasta cada pieza de comunicación de la marca.

1. Definir rubro, productos
2. Definir perfil / personalidad / concepto de la nueva marca
3. Moodboard: inspiración / palabras clave / fotografías (estilo)
4. Target : género / gustos / aficiones
5. Naming Marca madre, submarcas.
6. Definir arquitectura de marca (marcas gráficas)
7. Identidad de la marca

/ Color / Tipografía / Fotografías / Texturas / Materiales

8. Mockups de empaques, envases, etiquetas
9. Cartel publicitario (insight en la publicidad)

¹¹ Recuperado de <https://www.itson.mx/ofera/ldg/Paginas/ldg.aspx>

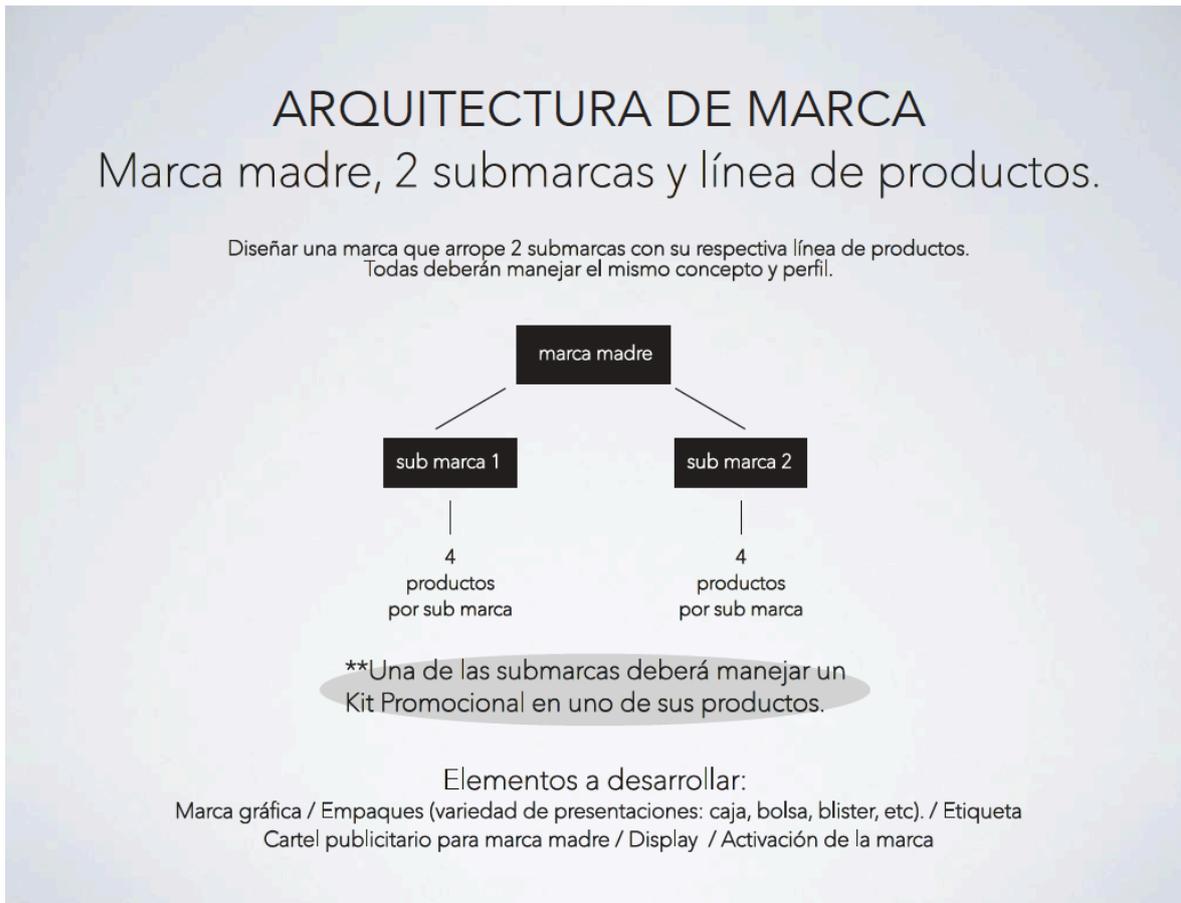


Figura 22. Arquitectura de marca.
Fuente: Elaboración propia (2018).

Consideraciones:

DISPLAY

Deberá ser un solo display para todos los productos, con dimensiones máximas de 50cms de ancho x 60 de alto, para colocarse sobre una mesa

CARTEL PUBLICITARIO

1. Deberá manejarse el concepto de la marca madre, utilizando la estrategia del insight en la publicidad y/o retórica de la imagen.
2. Tamaño tabloide.
3. Montado sobre material rígido, liviano SIN Ma. Luisa.

MARCAS GRÁFICAS

Deberán cumplir con los parámetros de rendimiento:

1. Calidad gráfica
2. Compatibilidad de estilo
3. Tipología
4. Legibilidad de signos
5. Reproducibilidad...etc.

ETIQUETAS / EMPAQUES

1. Reconocimiento y adecuada utilización de los diferentes elementos del diseño de empaque
2. Jerarquización y organización de la información
3. Manejo de tipografía y color
4. Las tres dimensiones del diseño de empaques BRANDBOOK (digital e impreso)

1. Moodboard (inspiración, palabras clave, fotografías)
2. Target
3. Arquitectura de marca: marca madre, sub marcas
4. Brandkey y personalidad
5. Color
6. Tipografía
7. Marca en acción (productos, cartel)

ACTIVACIÓN DE LA MARCA

1. Infografía con la estrategia de activación de marca (tabloide, digital e impresa, montada sobre material rígido, liviano.)
2. Video de activación de la marca

Trabajos finales de Diseño de Marca

A continuación se muestra el proyecto final de la materia de diseño de marca, dentro de la Licenciatura de Diseño Gráfico de ITSON, en el cual como es posible observar, se constituye con base en el desarrollo de una marca madre;

desde su concepción, *naming*, logotipo, *branding*, entre otros, misma que arrope a dos submarcas, dentro de las cuales se desarrollen diversas líneas de productos (ver Figura 23).

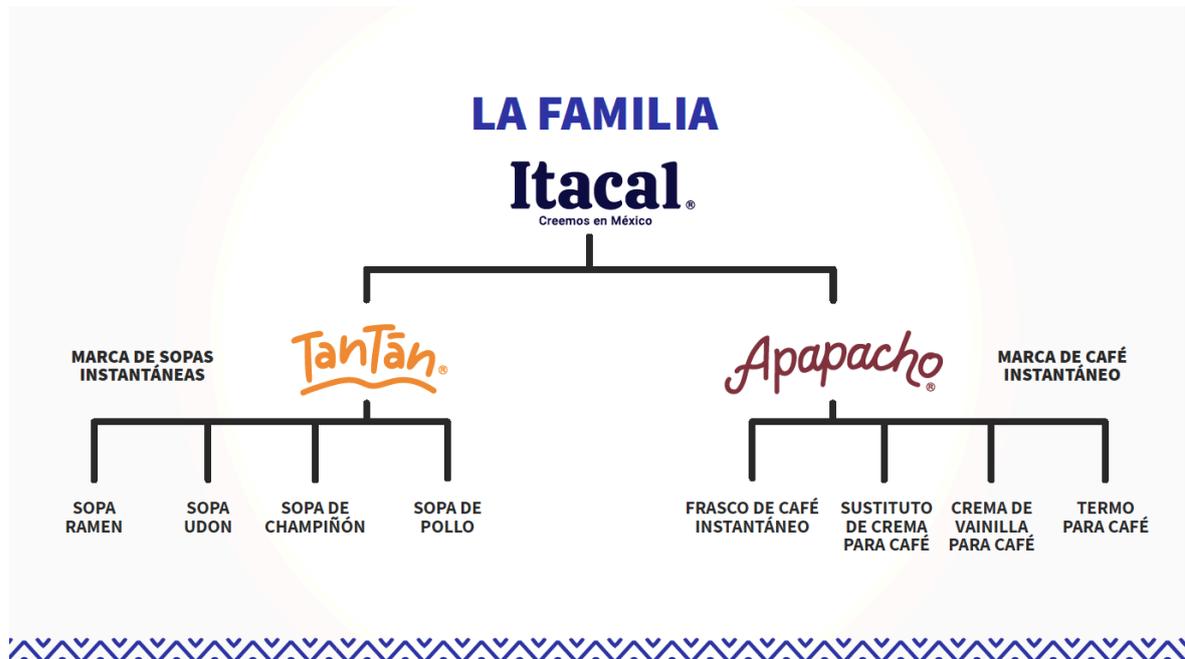


Figura 23. Proyecto final de la materia de diseño de marca presentado en Expo Academias ITSON 2018. ITACAL: trabajo realizado por la alumna Denisse Ruiz. Fuente: recuperado de <https://ldgitson.com.mx/>

Como se puede observar, la inclinación del proyecto en cuanto a la concepción del diseño gráfico, existe un sesgo respecto a la concepción del diseño gráfico como comunicación, un proyecto que centra mayormente los esfuerzos en la cuestión informativa y persuasiva.

El código, el significado y las cuestiones retóricas, pasan a formar parte fundamental para el desarrollo del proyecto dentro del taller de diseño. Lo anteriormente dicho puede verse plasmado en el siguiente ejemplo (ver Figura 24).



Figura 24. Proyecto final de la materia de diseño de marca presentado en Expo Academias ITSON 2018. Tantán: trabajo realizado por Jennifer Madero. Fuente:recuperado de <https://ldgitson.com.mx/>

Este ejemplo, denota la presencia de elementos retóricos, persuasivos e informativos, desde la presentación del concepto de la marca, donde busca introducir el concepto, la idea mediante la cual se inspiran los alumnos que desarrollaron el proyecto, para posteriormente buscar persuadir y comunicar al mercado, mediante la gráfica aplicada. El hecho de explicar un poco sobre la personalidad de la marca y en qué se inspiran, previamente a la acción de diseñar y del hacer, conlleva a una marcada concepción en elementos y acciones que claramente se centran en una concepción del diseño gráfico, que va más allá de lo artefactual, de lo objetual, es decir del diseñar objetos por una cuestión meramente formalista y visual.



Figura 25. Proyecto final de la materia de diseño de marca presentado en Expo Academias ITSON 2018. Apapacho: trabajo realizado por Denisse Ruiz. Fuente: recuperado de <https://ldgitson.com.mx/>

En ese sentido, se puede observar cómo el desarrollo de la marca está estructurada con base en un cúmulo de elementos, valores e ideas que independientemente del aspecto visual, conllevan a una estrecha relación con el usuario a través de los sentidos, las emociones y los escenarios en los cuales se sitúa la marca.

UANL

En el caso del proyecto final de la materia de Identidad visual en la Licenciatura en Diseño Gráfico de la UANL. A continuación se muestra la enunciación marcada

en la documentación oficial específicamente en el programa del curso ¹² . Posteriormente se muestra la consigna del ejercicio presentador por el profesor dentro del taller de diseño y se argumenta de la siguiente manera.

Propósitos de la materia:

- El propósito de esta unidad de aprendizaje, es que el estudiante sea capaz de generar objetos de diseño (gráficos, industriales, espaciales o digitales), de identificación, para el posicionamiento de la identidad de una organización, grupo social o persona en el contexto al que pertenezcan como producto, participando en las áreas profesionales de *Branding* e Identidad Corporativa, Diseño de Empaque, Experiencia con Usuarios, Diseño de Impacto Social, Diseño Editorial, Dirección Creativa, Coordinación de Producción, Comunicación gráfica y Relaciones Públicas.

- Esta unidad es base y busca que mediante la reflexión, el análisis y la práctica de este rubro del diseño, el estudiante logre resolver conflictos personales y sociales, conforme a técnicas específicas en el ámbito académico y de su profesión, para la adecuada toma de decisiones y logre la adaptabilidad que requieren los ambientes sociales y profesionales de incertidumbre, de nuestra época para crear mejores condiciones de vida.

Después de observar la enunciación por parte de esta materia, se ven plasmados conceptos como el impacto social, la creatividad, la experiencia de usuario, el entorno, la comunicación, entre otros. En virtud de lo anterior, podría pensarse que la concepción del diseño gráfico por parte de la institución, se encuentra a la vanguardia de las exigencias de la sociedad y el mercado actual. Ahora bien, el plano discursivo respecto a los contenidos y competencias de aprendizaje presentados por la institución, se analizarán a detalle más adelante, en uno de los planes que forman parte de la muestra del proyecto en cuestión.

¹² Programa de curso de Identidades, elaborado por Mayra Angelina García Rodríguez.

Competencias de aprendizaje

- Utiliza los lenguajes lógico, formal, matemático, icónico, verbal y no verbal de acuerdo a su etapa de vida, para comprender, interpretar y expresar ideas, sentimientos, teorías y corrientes de pensamiento.
- Maneja las tecnologías de la información y la comunicación como herramienta para el acceso a la información y su transformación en conocimiento, así como para el aprendizaje y trabajo colaborativo con técnicas de vanguardia que le permitan su participación constructiva en la sociedad.
- Elabora propuestas académicas y profesionales *inter, multi y trans* disciplinarias de acuerdo a las mejores prácticas mundiales para fomentar y consolidar el trabajo colaborativo.
- Utiliza los métodos y técnicas de investigación tradicionales y de vanguardia para el desarrollo de su trabajo académico, el ejercicio de su profesión y la generación de conocimientos.
- Interviene frente a los retos de la sociedad contemporánea en lo local y global con actitud crítica y compromiso humano, académico y profesional para contribuir a consolidar el bienestar general y el desarrollo sustentable.
- Construye propuestas innovadoras basadas en la comprensión holística de la realidad para contribuir a superar los retos del ambiente global interdependiente.
- Asume el liderazgo comprometido con las necesidades sociales y profesionales para promover el cambio social pertinente.
- Diseñar ecosistemas de comunicación visual a nivel local y global, identificando las necesidades de las organizaciones públicas y/o privadas con actitud estratégica, transdisciplinar e innovadora, mediante las bases teórico prácticas de diversos campos, los sistemas complejos y el desarrollo sustentable, para la transmisión efectiva de información visual dentro de los sistemas económicos de producción y consumo de bienes y servicios.
- Administrar los servicios de diseño con equipos de trabajo multidisciplinarios, de manera responsable, colaborativa y profesional, utilizando efectiva y eficientemente los recursos y los medios que intervienen en todo el proceso de diseño, para brindar soluciones viables y socialmente

responsables.

De igual forma se observa la inclinación hacia una concepción del diseñador gráfico, multi e interdisciplinar, el diseñador que trabaja en función de las necesidades de la sociedad mediante grupos colaborativos y de diversas disciplinas, alineados a la obtención de un objetivo en común, es decir, una solución para las problemáticas de la sociedad.

Por otro lado, en cuanto a los contenidos, específicamente plasmados en la asignatura, se tiene la división por módulos en los cuales la consigna se centran primeramente en los conocimientos y teorías sobre el *Branding*, la identidad y sus diversas manifestaciones, para posteriormente entrar a profundidad con el denominado *Briefing* y el manejo de las necesidades del cliente o problemática a resolver, como se muestra a continuación.

Contenidos:

1. Módulo 1

- a) Conocer y entender el Branding: comprender el contexto y proceso para la creación de identidades a nivel personal, regional y global a través de la teoría y observación. Diferenciar los tipos de identidades que existen para generar propuestas de acuerdo a la necesidad y función adecuada del usuario. Entender las partes que conforman una marca.
- b) Arquitectura de marca: definir el concepto y su importancia, tomando en cuenta principalmente las necesidades de la organización, grupo social o persona y sus consumidores. Visualizar desde el punto de vista del *brand manager*.
- c) *Briefing*: analizar los aspectos esenciales para la creación de un *brief* enfocado en identidades y entender, a través de la investigación, las necesidades del cliente y el usuario final, logrando así generar a futuro manifiestos que hablen del consumidor final.
- d) Conceptualización y Semiótica: Estrategias Narrativas. Análisis de signos y síntesis de la imagen. Recursos Expresivos.
- e) Proyecto: Rediseño y evolución de marca.

Posteriormente, se desarrollan y trabajan conceptos como la semiótica y la narrativa, para efectos de un mayor argumento respecto a las piezas a diseñar y el trabajo a realizar. De ello, se podría decir que la concepción del diseño gráfico como comunicación, persuasivo e informativo, se hace presente específicamente en los contenidos del taller de diseño. Cuestión que se analizará en el trabajo desarrollado por los alumnos.

2. Módulo 2

- a) *Naming*: Conocer y aplicar evaluaciones de *naming* que permitan entender el proceso de creación y selección de nombres para identidades, logrando así la generación de propuestas viables para nuevas marcas.
- b) Tipografía: Importancia en el diseño de una marca. Definición de estrategias para generar paletas tipográficas adecuadas y funcionales.
- c) Creatividad: Herramientas de trabajo, desde la estrategia a la generación de soluciones.
- d) Proyecto: Desarrollo de marca desde cero.

3. Módulo 3

- a) Proyecto: Desarrollo de marca desde cero (Continuación).
- b) Aplicación: Creación de materiales para uso de marca.
- c) Manual de marca o normalización: Comparativa de documentos. Definición de estructura y contenidos. Desarrollo de Manual de Identidad.

Finalmente, en los módulos subsiguientes se puede observar el enfoque del diseño gráfico, con una clara implementación de la concepción más formalista y en el hacer; centrándose en el desarrollo de la marca a través de diversas competencias y conocimientos

Evaluación:

Módulo 1 30%

Módulo 2 30%

Módulo 3 40%

Total 100%

* Los proyectos serán evaluados en base a la justificación, creatividad y limpieza de cada ejercicio.

Bibliografía básica:

Lecturas digitales: Smashing Magazine, Just Creative, David Airey.

The Dictionary of Brand por Marty Neumeier

Blogs y recursos en línea.

Documentales: Art & Copy, Helvetica.

Colección de manuales de identidad.

Elaborado por:

Lic. Mayra Angelina García Rodríguez

Universidad Autónoma de Nuevo León · Facultad de Artes Visuales · Lic. en
Diseño Gráfico

Ejemplos de trabajos y proyectos finales.

Respecto a la entrega del proyecto final, bajo las condiciones mencionadas anteriormente, las especificaciones de la consigna se centraron en el desarrollo de una marca de alimento para gatos. Partiendo desde el desarrollo del *naming* hasta llegar al logotipo, marca gráfica, plasmada en un manual de identidad y ciertas aplicaciones de la marca impresas.

A continuación se muestra la evidencia gráfica de un par de proyectos de la asignatura en cuestión.



Figura 26. Proyecto final de la materia de identidad visual de la UANL 2019. Dicat: realizado por la alumna Mayra Arredondo.

Fuente: fotografías propias tomadas el día de la exposición llevada a cabo en el 2019, en las instalaciones de la UANL.



Figura 27. Proyecto final de la materia de identidad visual de la UANL 2019. Fitcat: realizado por la alumna Carolina Maldonado.

Fuente: fotografías propias tomadas el día de la exposición llevada a cabo en el 2019, en las instalaciones de la UANL.

IDENTIDAD ITSON

En el caso de los ejercicios y las consignas dentro de la materia de Identidad Visual dentro del programa de Diseño Gráfico de ITSON, es importante realizar una mirada general sobre su programa de curso (ver Apéndice C). Y así, obtener un mejor panorama respecto al plano discursivo en relación a la concepción del diseño gráfico. Primeramente como se presenta la enunciación en el programa de curso y los contenidos, para posteriormente analizar y observar los casos específicos de los ejercicios realizados por los alumnos.

Después de analizar el programa de curso, el presente trabajo se adentra en la consigna o ejercicio del proyecto inicial específicamente (ver Apéndice D), entendiendo que es en este punto donde se busca consolidar y desarrollar todas las competencias y conocimientos trabajados a lo largo del curso.

Es importante resaltar, que dentro de los trabajos, consignas y ejercicios que se muestran como parte de la investigación, se toman en cuenta los siguientes elementos en cada una de las diferentes categorías desde las cuales se trabajó el marco teórico de la tesis.

Para la categoría Diseño como arte:

Elementos a considerar en la descripción, producción o evaluación de una pieza:

- Morfología
- Estructura compositiva: Leyes de composición
- Texturas. Retículas. Tramas
- Empleo del color y la luz: Tinte, valor, croma
- Estilo gráfico
- Técnica gráfica
- Calidad material de la pieza elaborada
- Tecnologías para su ideación o materialización

Consideración de las cualidades o habilidades positivas del estudiante:

- Sensibilidad
- Intuición
- Creatividad
- Destreza manual

Para la categoría Diseño como comunicación, información o persuasión:

Elementos a considerar en esta concepción del diseño gráfico :

- Manejo de la denotación y connotación
- Empleo de códigos gráficos
- Recursos retóricos utilizados
- Construcción del mensaje
- Narración
- Secuencia emisor/mensaje/público
- Eficacia comunicativa o informativa
- Eficacia persuasiva

Diseño gráfico vinculado a las problemáticas sociales:

Se tendrá en cuenta:

- Demandas de comunicación.
- Función social del diseño
- Diferentes tipos de emisores sociales de mensaje
- Responsabilidad social del mensaje

De ello se sigue, que en la medida que dichos elementos se hacen presentes en las consignas y ejercicios del taller de diseño, las categorías del diseño gráfico ya mencionadas y la correlación con respecto a lo que se dice y lo que se hace en cuanto al diseño gráfico y su enseñanza. Es importante señalar que el presente capítulo, muestra algunos de los casos analizados dentro del taller de diseño de las universidades, que forman parte de la muestra, encontrando un mayor número de ejercicios, consignas y proyectos realizados por los alumnos en el apartado de Apéndice.

Por otro lado, y en virtud de que el presente capítulo trata sobre los ejercicios y las consignas dentro del taller de diseño gráfico, es interesante señalar cómo dentro de los hallazgos puede observarse la centralización en el hacer, el diseñar, es decir lo artefactual. En contraste, con la capacidad en los alumnos de desarrollar las competencias interpersonales, argumentativas y de reacción ante un determinado problema; especialmente a la hora de tomar

decisiones. Se ve diluida con respecto a las necesidades reales, una vez insertado al mercado o la sociedad como un profesional del diseño gráfico. En otras palabras, una vez adquiridos los conocimientos, así como las competencias dentro del taller de diseño a lo largo de la carrera. Se presenta la ausencia de un factor clave para el desempeño profesional del egresado. Dicho factor, conlleva a aspectos dentro del trabajo como la incertidumbre, el manejo de la presión, la capacidad interpersonal de comunicarse y desenvolverse de manera eficaz ante los clientes y los colaboradores. Al igual que el conocimiento del entorno o contexto en el que buscan desarrollarse como profesionales.

Retomando Bourdieu (1992), se podría pensar que cuando se habla del *habitus* del diseñador gráfico, se concibe a un profesional capaz de desarrollar soluciones visuales a los problemas y necesidades de comunicación dentro de un determinado entorno. Dicha solución, se construye generalmente a través de las formas o la generación de piezas visuales. Pese a lo anterior, el *habitus* y la concepción sobre el rol del diseñador gráfico dentro del campo académico, no destaca la formación en sentido de las cualidades y capacidades interpersonales con la que debe de contar el futuro profesional en diseño gráfico, respecto a las competencias necesarias para desarrollarse en dicho entorno. Si bien es cierto que dichas cualidades son plasmadas en los objetivos y perfiles de egreso, es fácil observar cómo al momento de establecer las estrategias didácticas, específicamente en el taller de diseño, en algunos casos entra en un estado confuso, en el sentido de como lo anteriormente mencionado, se aplica en relación a las necesidades interdisciplinarias básicas del profesional en diseño de la actualidad. Dicho de otro modo, los casos y problemas planteados dentro de los talleres de diseño, vuelven a situar al alumno en la resolución de problemas que atañen a un discurso mayormente visual y formalista.

En virtud de lo anterior, se señala lo expuesto por Martha García Melgarejo (2008) en su artículo *El desorden y caso visual como constante del diseño gráfico y su enseñanza*, que habla de cómo el desarrollo de la tecnología y el surgimiento de programas informáticos que conforman la herramienta actual del diseñador gráfico, han generado una nueva comunicación y lenguaje, que en ocasiones se van diluyendo en la enseñanza impartida, al interior de las aulas de las IES donde se imparte la carrera de diseño gráfico. Los patrones de consumo y los mercados

en la actualidad, propician nuevos modelos de competencia y de formación para los futuros egresados de la disciplina.

Es importante resaltar que la autora pone en tela de juicio si la reflexión sobre la enseñanza tradicional del diseño gráfico, genera competencias necesarias para el mercado actual al que se enfrentan los diseñadores. Por esto propone que la enseñanza tome en cuenta al caos y al desorden, como factores que influyen en la conducta de la sociedad actual y, por consecuencia, el estudiante debe estar preparado para satisfacer las necesidades de mercado con base en dichos factores.

Ante este panorama, la autora ya mencionada propone una reflexión sobre la práctica y el desarrollo de una optimización de los procesos de evaluación por parte de los docentes, lo que propiciaría una mejora en el modelo de enseñanza-aprendizaje, generando un espacio de motivación y aprovechamiento para los alumnos.

Basados en lo anterior, surge una reflexión en la cual las IES deben enfocar mayormente los esfuerzos en los modelos de la oferta académica, mismos que deben estructurarse en competencias que debe adquirir el alumno en sus años de estudio y deben estar respaldadas, por una demanda del modelo actual de la sociedad en donde impera lo multidisciplinar.

A manera de cierre se considera que la educación actual, sigue basando su estructura en la formación del maestro como emisor y el alumno como receptor. Sin embargo, se ha comprobado que no necesariamente debe ser ese el modelo ideal, sobre todo cuando se toma como referencia a las universidades que trabajan bajo el modelo por competencias y se emplea de manera correcta y donde el docente cumple un papel de facilitador de información y el alumno es capaz de construir su propio conocimiento, a través de actividades que fomentan su aptitud para resolver problemas, en este caso creativos de diseño e integrales. Aunque existen universidades basadas en modelos por competencia en las que los profesores son mediadores para la construcción del conocimiento en el alumno, en muchos casos ese término es malinterpretado por los docentes, quienes lo llevan a extremos de fomentar el autoaprendizaje del estudiante que, aunado a la confusión sobre la concepción de la profesión del diseño gráfico, crea un enorme problema en la formación del alumno.

Todo lo anterior, conlleva a la reflexión acerca de los retos que enfrenta la enseñanza del diseño gráfico. Los proyectos en clase deben considerar los aspectos y variables económicas, políticas, culturales, históricas y empresariales del entorno, es decir, no suponer escenarios irreales con problemas poco comunes de resolver, a los cuales quizá nunca se enfrentará el futuro profesional; por lo tanto, todo el proceso de enseñanza-aprendizaje habrá de ser una experiencia para el recuerdo, pero no efectiva. Cada vez se acentúa más la necesidad de que al interior de las aulas se integren la historia, teoría y crítica del diseño gráfico, así como los aspectos administrativos y económicos que conlleven la práctica de esta disciplina, todo esto con el fin de marcar una diferencia en el profesional del diseño, el cual tiene la responsabilidad de resolver problemas de manera integral sin centrarse en gustos o intereses personales.

Como cualquier proceso, el de enseñanza-aprendizaje, en diseño gráfico específicamente, debe implementar estrategias que permitan evaluar la calidad de lo que se está enseñando y tener parámetros lo más unificados posible, para que todos los involucrados conozcan los resultados con el fin de determinar aquellas acciones que sean necesarias para mejorar.

En virtud de lo anterior, complementando los ejercicios y las consignas plasmadas que se presentan en el taller de diseño por parte del profesor, se considera relevante la concientización y sensibilidad del docente hacia el diseño gráfico, en función de la categoría mediante la cual se aborda la enseñanza. De igual forma, el manejo de contexto y entorno social por parte del alumno, necesario para una óptima aplicación de las competencias al momento de la resolución de problemas. No sin antes, establecer una fundamentación teórica y de investigación en la enseñanza del diseño gráfico dentro del taller.

De igual forma, la importancia de contar con una claridad en cuanto a la concepción del diseño gráfico y cómo la misma influye en la aplicación de las estrategias didácticas en los planes de estudio. Ya que la relación entre lo anterior nos plantea los posibles escenarios sobre cómo debe establecerse la enseñanza del diseño gráfico a lo largo de la carrera. De ello, surge la reflexión sobre si la didáctica aplicada en los planes de estudio, debe centrarse en la enseñanza sobre la generación de objetos o productos, mediante la aplicación del diseño gráfico o sobre qué productos son los que realmente está solicitando y

necesitando la sociedad, para solucionar ciertas problemáticas de la vida en general.

Para concluir el presente capítulo, se hace énfasis en que el objetivo del presente trabajo no es atacar ni demeritar el trabajo actual en el taller de diseño de las universidades. Así como en la importancia de una mayor claridad en cuanto a la concepción del diseño gráfico por parte de los actores que forman parte del proceso de enseñanza. La reflexión hacia las estrategias didácticas en el taller de diseño, se basa primeramente en evitar la separación de la teoría y la práctica en el desarrollo de los proyectos, haciendo uso de la primera con fines del mejoramiento en cuanto a la argumentación, el diagnóstico y un panorama más amplio en cuanto a las diversas soluciones que pueden atender a un mismo problema.

Por otro lado, está la impronta del clarificar el significado y la concepción del diseño gráfico al interior de las universidades, específicamente en el taller de diseño, ya que como se mencionó en diversas ocasiones, es en dicho lugar donde el alumno se enfrenta a problemas con cierto nivel de semejanza a lo que será su función como profesional al egresar de la universidad.

A estas alturas del trabajo es importante hacer mención de la reflexión acerca de qué conceptos y significados del diseño gráfico, fueron los que dieron pie a su concepción y a la enseñanza de la disciplina en las universidades de hoy en día. Aludiendo un poco a los conceptos de Bourdieu (1992), todo ese cúmulo de visiones, enfoques y percepciones sobre lo que es el diseño gráfico en las escuelas y sus estructuras docentes, formaron un *habitus* sobre el quehacer del diseñador gráfico desarrollado dentro de un mismo campo, en este caso el de la educación en diseño, mismo que a través de los años fue permeando en el plano profesional.

Así como qué estrategias didácticas deben implementarse para formar al diseñador gráfico de la actualidad con conocimientos integrales y a la vanguardia, de las necesidades globales de mercado y sociales.

Esto es alejarse un poco de la concepción del diseñador de la era industrial y enfocar los esfuerzos mayormente, en preparar a los alumnos con cierta homogeneidad entre lo que es el diseño gráfico hoy en día y lo que se enseña,

buscando así preparar a los diseñadores del futuro inmediato, capaces de generar una visión más amplia sobre su quehacer y su papel activo en la sociedad.

Cabe señalar que en cierto modo la enseñanza del diseño, es aplicada bajo un esquema lógico basado en que a diseñar se aprende diseñando. A causa de ello se van generando ciertas obviedades en las estrategias didácticas y en los talleres de diseño, en donde se resta importancia a la investigación, al análisis, la estrategia y a las teorías, mediante las cuales se obtienen mejores planteamientos para una posible solución de un problema dentro de la comunicación u otro aspecto visual. En efecto, a diseñar se aprende diseñando y es obvio que dentro del *habitus* del diseñador se cuenta con el imaginario del hacer, del crear y de diseñar. Sin embargo, es en el taller de diseño donde se da más la concepción del diseño gráfico centrado en el hacer, generando un desfase en lo que respecta a su concepción que se sitúa en el más allá de la generación de objetos o piezas visuales por parte de las IES.

A lo largo de la presente investigación se encontraron ciertas similitudes en cuanto a el proceder dentro del taller de diseño en las universidades presentes en el trabajo. En ellas se observó cómo generalmente los alumnos centran su atención en la generación del producto final, sin reflexionar o formular una mejor estrategia a la hora del proceso, que los llevará a la realización del producto final. De ahí que los productos elaborados en el taller de diseño carecen de argumentación y un sustento en la toma de decisiones basados en las teorías y la investigación necesaria, para la estructura sólida de un proyecto gráfico. De tal manera que el alumno solamente desarrolla la capacidad y habilidad del hacer y de los procesos prácticos, es decir el cómo se hace. Sin embargo, sigue manteniendo un desfase con respecto a la fundamentación de las decisiones respecto al porqué se hace.

Por otra parte, están los casos más comunes dentro del taller de diseño en donde se plantean los proyectos en función de un escenario real en el mercado, se presenta el proyecto visto desde una perspectiva al interior de una agencia o despacho afín al diseño gráfico. Es decir, con condicionantes que supone el entorno profesional del diseñador gráfico; el tipo de cliente, el mercado, los factores geográficos y demográficos, entre otros. Contrariamente a la visión de que se prepara al alumno para enfrentar las necesidades reales de la sociedad,

se dejan de lado aspectos con igual o mayor relevancia a la hora de desempeñarse como un profesional en la sociedad. Factores tales como tener un presupuesto real, necesario en un proyecto; el manejo de contexto y el factor de la argumentación al presentar el proyecto con un cliente y los condicionantes, como el tiempo y el lidiar con las negativas del cliente. Factores que se apoyen en una preparación en cuanto a la persuasión, argumentación y convicción del diseñador. La incertidumbre pasa a ser el eje rector en los proyectos de diseño gráfico.

Otro de los aspectos encontrados dentro de la enseñanza al interior del taller de diseño, recae en cómo en los programas observados, la enseñanza se torna en una perspectiva sobre el diseño gráfico inclinado hacia el hacer, en el uso de las herramientas tecnológicas como la computadora y los paquetes de diseño; en general programas enfocados en la elaboración de formas y piezas visuales, mismas que constituyen en gran medida el trabajo a realizar dentro de un proyecto en el taller.

Si se habla del *habitus* del diseñador en cuanto a su etapa como estudiante, generalmente bajo un esquema en donde se le entrega una especie de guía o instrucciones sobre el proceder hacia un determinado proyecto, planteado desde una problemática establecida, misma que se busca resolver siguiendo la metodología presentada en el curso. Sin embargo, factores como la falta de conocimiento real en cuanto al entorno planteado, la falta de experiencia en cuanto al campo profesional se refiere, misma que resulta necesaria, ya que se está hablando de la etapa universitaria y el hecho de que el problema se le presenta como algo establecido y no como algo diagnosticado por él mismo, da como resultado un déficit en el desempeño del egresado en el campo profesional, careciendo en cierta forma de capacidad para determinar el problema existente en un proyecto o determinado cliente, ya que en el taller de diseño el problema se presenta implícitamente, llevando al alumno de manera inmediata a enfocarse en la elaboración del producto y no en reflexionar sobre cuál es el asunto a tratar para establecer una posible solución, basada en los conocimientos teóricos-prácticos y estratégicos de los que se plantean en los programas académicos analizados en la presente investigación.

Lo anterior genera como consecuencia el desfase entre lo que se concibe como diseño gráfico y la implementación de estrategias didácticas, en el taller de diseño.

Capítulo 4. Lo que se cree

Para el desarrollo del presente capítulo es importante mencionar que los testimonios y las entrevistas realizadas durante la investigación, refieren a los principales actores del proceso de enseñanza y aprendizaje dentro de las aulas de clase de diseño gráfico, de las universidades seleccionadas, específicamente en el taller de diseño.

De igual forma se realizaron diversas entrevistas a directivos y referentes del desarrollo de la enseñanza del diseño gráfico, a través de los años en las distintas IES. Lo anterior en función de que se señale qué creen y qué valoran de la profesión, de los trabajos prácticos y de los estudiantes.

Dentro de las entrevistas se trabajó con una serie de preguntas en relación a la concepción del diseño gráfico de manera particular y por institución, tal cual se muestra más adelante. La muestra como ya se mencionó previamente en el apartado de la metodología, se realizó a 50 personas entre los que destacan: directores, profesores y alumnos de la carrera de diseño gráfico, en las distintas universidades que forman parte del estudio en cuestión.

Entrevista / Preguntas para Profesores y Directivos

1. ¿Podría narrarme un poco sobre cómo se formó la carrera de diseño gráfico en la universidad?

Respecto a la formación y desarrollo de las carreras en diseño gráfico en las universidades mexicanas seleccionadas, la finalidad del cuestionamiento se formuló en función de poderse situar en los escenarios económicos, sociales y culturales mediante los cuales se fundaron dichas carreras. De ello se sigue lo comentado previamente, respecto a que sin lugar a dudas toda esta serie del contexto y el entorno en el cual se fundaron las carreras, se vieron reflejadas al momento de cómo se concebía al diseño gráfico en cada una de las instituciones en cuestión. Por ejemplo, se pudo constatar que en el caso de la IBERO, la primera que abrió sus puertas a la carrera del diseño gráfico dentro del marco oficial de la Educación Superior en México en entrevista con Fernando Rovalo (2016), quién a su vez fue el encargado de desarrollar el primer plan de estudios. Los escenarios políticos y sociales de los movimientos de 1968 en México y los juegos olímpicos, fueron acontecimientos fundamentales para afrontar la

enseñanza del diseño gráfico en las aulas de clases, mediante una concepción con un devenir histórico del diseño industrial y la arquitectura, ya que específicamente el cuerpo docente de la primera carrera de diseño gráfico en México, estaba formado por arquitectos y diseñadores industriales en su gran mayoría.

En el caso del ITSON, las respuestas por parte de los entrevistados respecto a este cuestionamiento, tuvieron marcadas similitudes en función de un desarrollo de la carrera bajo escenarios de un crecimiento industrial y comercial, que generaron una demanda de la solución de problemas de carácter publicitario, mercadológico y con una atención preponderante en el diseño gráfico, con un alto énfasis en el desarrollo de marcas, logotipos, identidades corporativas, entre otras.

2. ¿Cuál considera que es la concepción actual del diseño gráfico?

- Diseño gráfico como arte con valores estéticos.
- Diseño gráfico como comunicación, información o persuasión.
- Diseño gráfico vinculado a las problemáticas sociales y a las necesidades del mercado.

De ello se sigue, que el valor que asignan a las distintas concepciones del diseño gráfico, a través de las miradas particulares de los profesores y directivos en entrevistados.

Este cuestionamiento fundamentó directamente la posición del docente dentro del taller de diseño en relación a su visión, su significación particular del diseño gráfico, ya sea desde una inclinación hacia los valores estéticos y formales de los objetos o piezas diseñadas, el enfoque en aspectos comunicacionales como el código, la retórica y diversos elementos centrados en informar y persuadir más allá del valor estético visual y por último, una postura más enfocada en aspectos del mercado, las necesidades sociales de hoy en día y la solución de problemáticas para el mejoramiento de la calidad de vida de las personas. Casos como el testimonio del maestro Misael Marchena, donde menciona lo siguiente:

Sí, el diseño grafico es como resolver problemas de comunicación visual, lógicamente en la actualidad por el uso de las tecnologías de la comunicación y de la información pues podríamos decir los medios cambian, la esencia es la

misma o sea tú tienes que conceptualizar el problema y generar una solución de comunicación en función pues, lógicamente de una metodología de una concepción de las bases, podríamos decir, de los conceptos, juega un rol muy importante la semiología, el conocimiento como la estética, la sociología misma, la investigación del mercado, pero a fin de cuentas la tecnología está jugando un papel fundamental las redes sociales, internet, el mismo desarrollo web, las aplicaciones, las famosas App, los *gadgets* y los diferentes esquemas para comunicarnos están rompiendo paradigmas y lógicamente dentro de la comunicación eso es importante porque te permiten de alguna forma desarrollar, innovar, buscar soluciones en base a lo que ya comentamos pero utilizando los nuevos esquemas, porque no solamente tiene que ver con el diseño, tiene que ver con la económica, tiene que ver con la política, tiene que ver con los fenómenos sociales, o sea no podemos dejar de pensar en como cayó por ejemplo el presidente egipcio empujado por un movimiento de comunicación que se gesta en unas redes sociales (M. Marchena, comunicación personal, marzo 2016).

En virtud de lo anterior, puede observarse como la comunicación y la vinculación directa con las problemáticas sociales, son y fueron parte de la concepción particular que se tuvo al momento de desarrollar el primer plan de estudios de la carrera en Diseño Gráfico del ITSON por parte del Mtro. Misael Marchena quien a su vez fue el encargado de reclutar a los profesores, de lo que en su momento fue la apertura de la carrera en el año de 2003.

3. ¿Usted cree que se ha modificado el concepto de diseño gráfico? ¿Puede narrar momentos o circunstancias claras donde sucedió tal modificación?

La pregunta anterior, se estableció teniendo como objetivo analizar si dentro de la trayectoria académica de los entrevistados, hubo transformaciones o cambios respecto a lo que conciben como diseño gráfico. Entendiendo que en algunos casos, la intervención de las tecnologías, la computadora y el software, generaron una modificación en su pensar al respecto. En otros casos el hecho de la continua evolución, necesidades y problemáticas sociales y de mercado, que dieron pie a nuevos consumidores preocupados por el medio ambiente, la sociedad y diversas problemáticas en función de una actividad interdisciplinar.

Por ejemplo en el caso del EDINBA, en entrevista con Matilde Breña al respecto, comenta lo siguiente:

La particularidad de la escuela de diseño de ausencia de recursos por un lado y por otro lado el énfasis que le da a las etapas de figuración de proyección del proceso de diseño hace que los talleres empiecen a declinar tanto en términos de

tiempo como en material de equipo y de mas y a su vez se crea este circulo de alguna manera se pueda considerar vicioso, se vuelve, se quita todo este conocimiento técnico y se empieza a hacer un énfasis particular, sobre el pensamiento, el ser críticos, el deliberar mucho sobre los proyectos y aquí me estoy deteniendo tanto, porque no, yo creo que no se detiene tanto en el conocimiento, en el conocer otras teorías, a lo mejor si, metodologías de diseño si, pero como complementar esas metodologías de diseño con teorías de otras disciplinas con conocimiento transdisciplinar no eso no se hace o se hace muy poco. Todo ello va generando modificaciones en cuanto a la concepción del diseño gráfico. Ahora, con la llegada de la tecnología digital o especialmente en México fue el año 90 de la década de los 90 fue el bum cuando se introduce la tecnología digital en términos comerciales, para el 94 yo ya estaba dando clases en la escuela de diseño. Yo no recuerdo cuando se puso el primer laboratorio de computo en la escuela pero fue a finales de los 90. Y eso también trastoca mucho la enseñanza del diseño aquí y en todos lados, ese conocimiento técnico que empieza a desvanecerse en los talleres y en el desarrollo de destreza manuales y conocimiento de materiales, se perfila hacia el conocimiento de las tecnología digital, pero esta tecnología también requiere de muchos recursos económicos entonces, aun cuando hay un interés por parte de la escuela en términos de enseñanza y académicos de fortalecer esa área. (M. Breña, comunicación personal, 18 de enero de 2017).

4. Si tal o tales modificaciones se han llevado a cabo:

¿Su implementación modificó los planes y programas de estudio?

Mucho Poco Nada

¿Modificó sustantivamente las prácticas de enseñanza y aprendizaje?

Mucho Poco Nada

5. ¿Cree que hay cualidades que debe tener el aspirante a ser diseñador?

¿Cuáles? Marque las dos más importantes:

Inquietud investigativa

Sensibilidad artística

Intuición

Buen gusto

Creatividad

Rigor comunicacional

Conocimiento del contexto donde se desempeña

Como puede observarse, los cuestionamientos van en función de cómo el profesor percibe las cualidades de un aspirante a diseñador gráfico. En virtud de ello se pueden observar las ya mencionadas concepciones del diseño gráfico dentro de la enseñanza en las universidades mexicanas. En las entrevistas y testimonios se recopiló información que va desde los profesores que consideraban dentro de las cualidades la creatividad, el manejo de las técnicas de dibujo, la composición, el equilibrio, la morfología, entre otras. Sacando a relucir esa inclinación por el diseño gráfico como arte. Por otro lado están los docentes que dentro de las cualidades mencionaban aspectos comunicacionales; el manejo de la retórica, la capacidad de emitir un mensaje de una manera clara, la narrativa y toda una serie de conceptos y elementos que en conjunto cumplan con la resolución de un problema de comunicación.

Posteriormente se establecieron una serie de cuestionamientos en función de poder indagar sobre qué elementos debe tomar en cuenta el docente al momento planificar y posteriormente evaluar un proyecto o trabajo final, de ello resulta que los diversos elementos que los docentes se proponen a la hora de planificar los ejercicios, dan cuenta de la línea o la dirección respecto a la concepción que se tiene del diseño gráfico, vista desde las artes, la comunicación o la resolución de las problemáticas sociales.

En el caso del diseño gráfico vinculado a las problemáticas sociales...

6. ¿Qué elementos propone al planificar un ejercicio? ¿y cuáles observa al evaluar un trabajo?

7. Dentro de las siguientes categorías del diseño ¿Hacia dónde se inclina más su visión del diseño gráfico?
 - Diseño gráfico con base en las cualidades del objeto diseñado
 - Diseño gráfico como un tipo de comunicación visual
 - Diseño gráfico centrado en el cuidado del medio ambiente / sustentabilidad.
 - Diseño gráfico centrado en el mercado
 - Diseño centrado en el usuario y sus demandas

8. De acuerdo a lo afirmado en el punto anterior ¿De qué manera relaciona su concepción del diseño gráfico con los ejercicios en el taller de diseño gráfico?

9. ¿Podría narrar las diferencias en su quehacer docente de hace 20 años y el actual, con base en la concepción de diseño gráfico? ¿Y en su desempeño profesional?

Por ultimo es importante destacar las diferencias del quehacer de los docentes en los últimos veinte años, ya que en virtud de ello se logra observar si surgieron modificaciones respecto a la concepción del diseño grafico, cuáles fueron esas modificaciones y cómo se vieron reflejadas en la enseñanza dentro del taller de diseño a lo largo de los años de docencia.

En este caso, Carmen Tiburcio comenta lo siguiente:

Hace 20 años a la fecha trabajaba en artes graficas, reproducción impresa, carteles, en las cámaras fotomecánicas y me encantaba revelar y enseñar la fotomecánica... hasta quitarte todos esos rollos y volverte en una estrategia, mas bien te digo fuentes militares, la verdad, entonces del cielo a la tierra, hoy no me aparto de la importancia de realizar objetos libidos, de buen gusto, pero lo importante no es que tan bien esta, si no sirve o no sirve y va a servir en función de a quien lo diriges y sirve en función del contexto de esa persona, entonces te tienes que ir a otro plano y a otro nivel y trabajar con otras estrategias y una de las situaciones mas importantes es encontrar este sentido sociológico que tiene visualizar al diseño desde esa perspectiva es decir si el diseño lo apartas de una visión sociológica no estas diseñando yo creo que esa es la diferencia del buen diseño y la creación de objetos lindos (C. Tiburcio, comunicación persona, 14 de abril de 2016).

Matriz de evaluación docente/alumno

De igual forma se desarrolló una matriz de evaluación para los profesores y alumnos, con la finalidad de encontrar las distintas concepciones particulares por cada uno de ellos en relación a los ejercicios y trabajos realizados.

Por un lado se plantea la matriz del lado del docente, tomando en cuenta lo siguiente: en los proyectos o consignas establecidos en el taller de diseño para

que desarrollen los alumnos, al momento de evaluar ¿Cómo consideras que se toman en cuenta las siguientes criterios y categorías del diseño?

Entendiendo el número 4 como el máximo nivel de valorización hacia el criterio/categoría con respecto a la consideración, respecto a la evaluación del docente al trabajo o proyecto en cuestión.

4 = Mucho / 3 = Regularmente / 2 = poco / 1 = nada

Del mismo modo se realiza el ejercicio tomando en cuenta al alumno en función de su percepción, respecto a lo que el cree o considera que son los criterios que el profesor toma en cuenta al momento de evaluar el proyecto.

CATEGORÍAS DE EVALUACIÓN	4	3	2	1
TALLER DE DISEÑO				
a) Eficacia de la Comunicación / mensaje				
b) Calidad de la pieza gráfica lograda				
c) Creatividad / Innovación				
d) Propuesta de compromiso con el medio ambiente				
e) Sensibilidad o compromiso social				
f) Manejo óptimo de herramientas digitales				
g) Empleo de recursos retóricos				
h) Conocimiento del mercado o del entorno				

En virtud de lo anterior, puede observarse como en la mayoría de los casos, si bien es verdad que los temas que atañen al compromiso social y cuidado del medio ambiente se presentan dentro de la parte discursiva por parte de las instituciones, ya sea dentro de los objetivos de la carrera o perfiles de egreso. Un alto porcentaje de los alumnos dentro de las encuestas realizadas, tiene una percepción baja respecto a lo que el profesor en turno les evalúa al momento de la entrega del proyecto. Tal como se muestra en las siguientes figuras, las cuales dan nota de lo comentado.

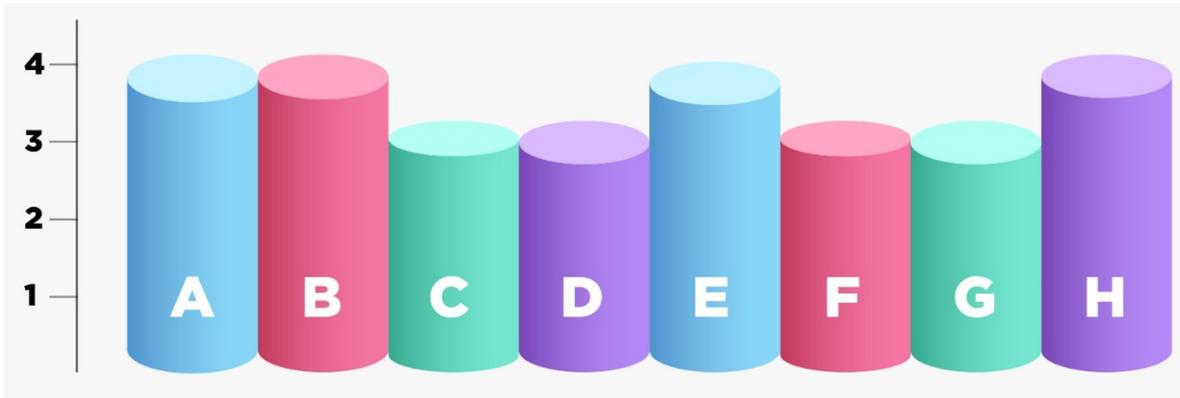


Figura 28. Resultados de la encuesta realizada a profesores: concepción del diseño gráfico con base en la evaluación, consigna y ejercicio para los alumnos.
Fuente: elaboración propia.

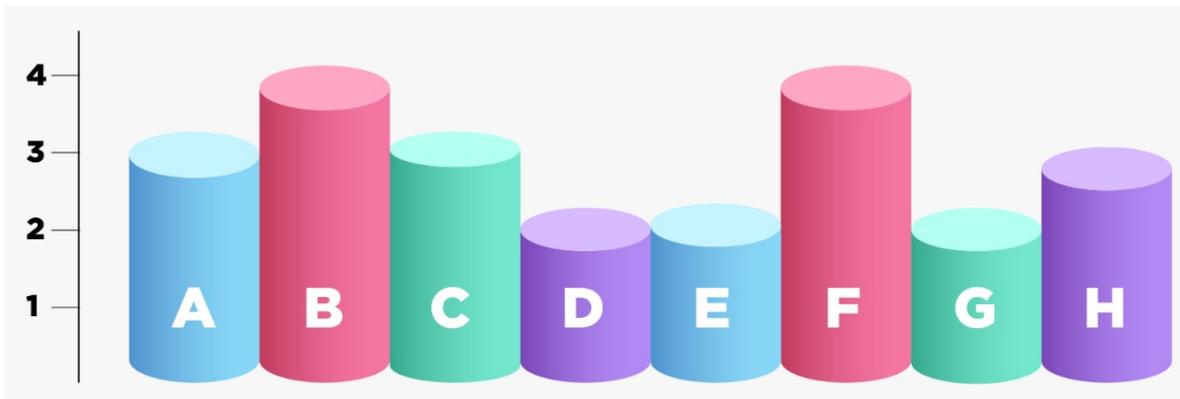


Figura 29. Resultados de la encuesta realizada a alumnos: concepción del diseño gráfico con base en la percepción sobre cómo es evaluado en la consigna y ejercicio dentro del taller de diseño.
Fuente: elaboración propia.

Por otro lado y en función de aspectos más técnicos-tecnológicos como lo son el manejo óptimo de las herramientas digitales, encontramos que salvo en materias o asignaturas muy específicas fuera del taller de diseño como edición vectorial, los alumnos consideran que es un elemento que se evalúa en menor medida en relación a condicionantes de mercado, del entorno y factores que tienden a presentarse como información relevante al momento de presentar una posible solución a el problema plasmado en el ejercicio o consigna.

Si hablamos de la calidad gráfica lograda en el producto o pieza diseñada, los alumnos dentro de las encuestas realizadas en las cinco universidades ya

mencionadas, fue la categoría en común que en más alto porcentaje se percibe como un aspecto fundamental por parte del profesor del taller de diseño a la hora de la evaluación.

Hay casos dentro de los cuales para los encuestados según su concepción dentro de la evaluación, no se cobran gran relevancia como los aspectos retóricos y el caso y el caso de la eficacia de la comunicación del mensaje. Contrastantemente, se podría pensar que ambas categorías están presentes en todos los planes de estudio de las universidades seleccionadas. Así como dentro de la enunciación de los objetivos, perfiles o documentación institucional del programa de estudio. En virtud de ello, es importante analizar en que punto se de la enseñanza se va diluyendo la percepción del alumno, sobre la importancia que en cierto modo se le va restando a dichas categorías, según lo constatado en las encuestas. Encontrando en la creatividad y la innovación conceptos que ellos mismos consideran clave cuando se les evalúa un proyecto, sin entrar a detalle a que en algunos casos no se cuenta con cierta claridad respecto a lo que significan dichos conceptos.

4.1. El diseño gráfico bajo la concepción del arte.

Dentro de las teorías y las concepciones del diseño gráfico como arte se puede exponer cómo referentes y actores fundamentales en la apertura y desarrollo de la carrera de diseño gráfico, en las universidades que forman parte del estudio en cuestión, fueron determinantes a la hora de desarrollar programas de curso, planes de clase, contenidos y todo lo que refiere a la enseñanza del diseño gráfico.

En el caso de la concepción del diseño gráfico como arte, es común dentro de los hallazgos en el estudio, encontrar conceptos como la creatividad y el carácter irruptivo o provocativo de la propuesta, es decir una serie de acciones que dejan en entredicho el *habitus* del diseñador gráfico, respecto al quehacer desde una mirada del diseño gráfico bajo el encuadre del arte. La abstracción, la

morfología y el uso de la geometría, así como el refuerzo de teorías estéticas basadas en el puro visualismo.

De igual forma, la tendencia de lo que se cree bajo la concepción del diseño gráfico como arte, conlleva a escenarios donde la enseñanza y el aprendizaje se sitúan en un sentido donde la habilidad, la sensibilidad, la intuición y la creatividad sean las virtudes a alcanzar, a lo que se suma, en nuestra época, la competencia en el manejo de las nuevas tecnologías de ideación y materialización. De tal manera que dentro de dicha concepción se toman en cuenta mayormente, los aspectos formales de cada producto elaborado: su morfología, geometría, estructura compositiva, empleo del color, texturas y materialidad.

Importante resaltar al diseño gráfico como un profesión plenamente establecida, la cual tiene sus orígenes en la escuela alemana Bauhaus, que impartió clases de diseño, arte y arquitectura entre los años 1919 y 1933. En cuanto al término “diseño gráfico”, en el año 1922 podría decirse que si bien el término no estaba completamente establecido, se atribuía para describir sus diferentes actividades en el área de la comunicación impresa. De acuerdo con esta información se puede decir que la profesión de diseño gráfico ni siquiera ha llegado al siglo de existencia. Es debido a esto que se siguen suscitando inconsistencias en cuanto a los fundamentos teóricos de la profesión. Con respecto al tema, Norberto Chaves en su artículo Cuatro mitos en la cultura del diseño menciona:

La escasa instrumentación teórica del diseño – normal y propia de todo oficio - hace que lo que predomine en las reflexiones acerca de sí mismo realizadas dentro del gremio sea el discurso coloquial: el mero intercambio de opiniones y los lugares comunes. De entre todas las reflexiones surgidas alrededor del diseño, la que se desarrolla en este documento trata acerca de la dicotomía que divide al diseño gráfico entre la libertad creativa y las limitaciones impuestas por los proyectos; la impredecible intuición contra la metódica razón (Recuperado de: www.norbertochaves.com 2014).

Una de las deformaciones del concepto de diseño se produce gracias a las presunciones de rigurosidad y objetividad que lo asocian a cierta idea vaga de ciencia. Esta tendencia tiene sus orígenes históricos en las maniobras ideológicas

de los fundadores de la disciplina, entre cuyos objetivos estaba el arrancar a la disciplina de las garras de las artes aplicadas decimonónicas y respaldar la creación de objetos en órdenes menos caprichosos y más objetivos que el gusto. La ergonomía, la tecnología, la psicología, la semiología y otras logias de carácter o resonancias científicas, vendrían a redimir a la producción del hábitat de la flagrante arbitrariedad en la que estaba inmersa y a ascenderla a un rango técnico y cultural superior. El supuesto carácter científico del diseño queda así reducido a la mera ordenación del proceso conforme al más elemental sentido común. (Newark, 2002).

De las visiones prácticas y artísticas del diseño, surge la semilla de la tensión cardinal que envuelve al diseño en tanto que disciplina u oficio. La primera establece que el diseño es esencialmente una actividad funcional que refleja, ante todo, las necesidades del cliente que paga. La segunda prefiere entender al diseño como algo demasiado importante como para someterse a dichos fines, algo que debe utilizarse de manera que pueda explorar y poner de relieve su potencial expresivo. Función frente a posibilidades estéticas (Newark, 2002) que a pesar de todas las investigaciones realizadas en el ámbito científico respecto al diseño gráfico y todo lo que le concierne, esta no deja de ser una profesión cuya labor es la de transmitir mensajes que serán recibidos por seres humanos, personas que piensan, que toman decisiones basadas la mayoría de las veces en sus sentimientos, esperanzas o temores y no tanto en un proceso racional.

De manera que se vuelve difícil el controlar o predecir la manera en que actúa la mente humana.

Por otro lado, es importante mencionar cómo dentro de los hallazgos e indagaciones al interior de los diferentes programas educativos en diseño gráfico, se encontró una carencia con respecto al trabajo colegiado o por academias, generando como consecuencia el impacto de manera negativa en lo respectivo a la argumentación, fundamentación y funcionamiento dentro del plan de clase y la cursada. De ello, se desprenden diversos escenarios en los cuales se mantiene vigente la falta de claridad con respecto a la concepción del diseño gráfico y el perfil de los futuros egresados, al momento de culminar los estudios en la universidad.

De igual forma, es de suma importancia tomar en cuenta los comentarios y

sugerencias realizados, por los diversos organismos acreditadores como el COMAPROD. El hecho de que no se discute colectiva y de manera sistemática el estatuto teórico de la profesión; no se socializan, entre la planta de docentes, los avances de las discusiones que sostienen investigadores de prestigio, cuando una excelente forma de realizar esto es, precisamente el trabajo en academias.

La falta de trabajo colegiado impacta en la correcta organización de la secuencia y jerarquización de contenidos de aprendizaje, así como también en la calidad de la información que los profesores utilizan para construir su programa operativo.

La discusión en academias, o trabajo colegiado, permitiría afinar el tipo de proyectos de diseño donde el estudiante se vería obligado a integrar contenidos, así como acordar el nivel de complejidad de dichos proyectos.

Por lo anterior, el reto es doble ya que no basta con establecer políticas de investigación dentro del programa académico, sino que la actividad y los productos de los investigadores, deben integrarse de forma sistémica a las diversas dimensiones de cada programa.

El análisis de los programas operativos y de las opiniones de estudiantes, revela la separación entre la práctica y la teoría, entre la fundamentación y los resultados proyectuales y en currículums.

Sintetizando: el área de oportunidad consiste en lograr que los programas reflexionen críticamente sobre el ser de su disciplina y profesión, a partir de la investigación y trabajando colectivamente para mirar hacia sí mismos y hacia otros.

La falta de trabajo colegiado para acordar los elementos de la didáctica de manera colaborativa, tiene por consecuencia que la planeación de los contenidos y las actividades de enseñanza/aprendizaje, coarten la intencionalidad propuesta en el programa de diseño gráfico y terminen en programas que responden al perfil de egreso que propone cada profesor de manera individual.

No se generan relaciones de interdependencia entre los contenidos de aprendizaje del plan de estudios y por otra parte, la adecuación de lo que se enseña no corresponde en muchos casos, ni a la vanguardia de la disciplina, ni a las exigencias laborales del mercado de trabajo.

La mayoría de los programas académicos no poseen estrategias didácticas

que desarrollen en sus estudiantes competencias genéricas tales como las de lectura, escritura e investigación o el hecho de desarrollar la habilidad para tomar decisiones en escenarios de incertidumbre, escenarios habituales en la profesión del diseño gráfico. Antonio Rivera al respecto, por parte de la IBERO, menciona lo siguiente:

Se lleva a cabo una actividad de síntesis y evaluación que evalúa la integración de los conocimientos y habilidades al final del tercer semestre, del sexto al octavo; también realiza una actividad similar el programa de diseño del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, donde se plantean retos educativos a los estudiantes para que, a través de la solución de un problema de alta complejidad, integren diversos conocimientos. Con diferencias relevantes entre ambas estrategias, las dos comparten semejanzas significativas: a) ambas buscan identificar cómo los proyectos elaborados por los estudiantes integran los aprendizajes y b) comparten también el interés por identificar si los estudiantes incorporan premisas correctamente para la toma de decisiones, que procedan de distintas racionalidades que pueden ir desde las leyes de la composición hasta la gestión de negocios (2018, p. 58).

Para los alumnos de diseño gráfico, es indispensable desarrollarse bajo una formación que cimiente una estructura teórica y de investigación para un mejor entendimiento del contexto general, a la hora de solucionar problemas mediante la estrategia o la implementación de un determinado sistema visual. Al abrir la interrogante sobre la relación entre la concepción del diseño gráfico y su enseñanza en el taller de diseño, puede verse un escenario cuya finalidad es la armonía con respecto a los puntos a atender dentro del taller; teorías, prácticas y conocimientos interdisciplinarios asociados a lo que se concibe como diseño gráfico.

Es decir, la importancia de mantener una claridad sobre cómo se define al diseño gráfico y enseñarlo con los elementos y esquemas bajo los cuales se le concibe, conlleva a reestructurar los planes de estudio con el objetivo de preparar mejor a los alumnos y futuros profesionales, en la sociedad en donde el diseñador tome un papel activo, desarrollándose como un profesional interdisciplinario con un perfil asociado mayormente a la solución de problemas de comunicación visual dentro de la sociedad.

Es importante exponer la aportación de Román Esqueda (2017) en su artículo, *El marco semántico que determina el rol del diseño*, a través del cual

habla de como gran parte de las acciones realizadas en el quehacer del diseñador, están encaminadas directamente al concepto diseño. Es decir, en un taller de diseño, donde los proyectos generalmente se plantean bajo la concepción del diseñador, como generador de un objeto o producto para el cliente, se antepone la satisfacción del cliente ante el objeto diseñado. De ahí que a lo largo de la investigación en muchos de los casos de las universidades al interior del taller de diseño, se plantea de igual forma, suponiendo que el cliente o quien solicita el proyecto de diseño sabe indudablemente cuáles son sus necesidades. En consecuencia, se siguen desarrollando proyectos en donde, bajo la concepción de diseño gráfico por parte de la institución, no se da cabida en ciertos momentos a las realidades del profesional del diseño. En otras palabras, se genera una didáctica que va en beneficio de la satisfacción del cliente, sin tener idea alguna de si dicha satisfacción, se reflejará en la solución ideal del producto diseñado y el mejoramiento de la calidad de vida en el entorno actual, ya sea en el campo social o de mercado.

Por otro lado, se encuentran los elementos y conceptos referentes al factor sensorial y emocional, necesarios hoy en día para la capacidad de atención a las condiciones que rodean al proyecto dentro del taller. Previamente se comentó cómo Letwin (2008) hacía referencia a la importancia del estímulo en la enseñanza y las necesidades emocionales, dentro de los procesos de enseñanza y aprendizaje. Caso similar sucede a la hora de trabajar sobre un proyecto de diseño gráfico, en donde se debe tener una comprensión sobre dichas condicionantes que son parte esencial del desarrollo de un producto o servicio por el diseñador; debe tenerse una idea clara de quién es el usuario, en dónde se presenta el proyecto, bajo qué escenarios sociales, culturales y políticos, entre otros. Para finalizar el presente capítulo, se debe señalar cómo las condiciones del entorno social, la digitalización, la globalización y el día a día van modificando las percepciones y concepciones que se tienen sobre el diseño gráfico, ya sea al interior de las universidades así como de la sociedad en general. Dichos cambios se reflejan en la enseñanza del diseño, específicamente en el taller de diseño. Ya que las estrategias didácticas deben ir en función de cómo se define el diseño gráfico y a su vez en cómo el mismo desempeña un rol activo en la sociedad y mercado. Pese a lo anterior, en el presente estudio se puede observar que en la

gran mayoría de los casos, existe un desfase entre lo que es concebido como diseño gráfico y las estrategias didácticas.

La reflexión acerca de los actores principales de la enseñanza del diseño gráfico, ya sean docentes o universidades, debe ir en función de las exigencias sociales a las que día con día se enfrentan los egresados. De ahí la importancia de mantener una correcta relación entre lo que se entiende como diseño gráfico y lo que se enseña en los talleres de diseño.

De igual forma es imprescindible que los grupos colegiados, la institución y todo el personal involucrado en la enseñanza del diseño gráfico, se encuentren alineados hacia una concepción más clara dentro de cada universidad para el óptimo funcionamiento de las estrategias didácticas. Esto es, contar con una definición de la disciplina por parte de las instituciones, misma que se verá inserta en los contenidos, asignaturas y materias del plan de clase, con la finalidad de que la enseñanza vaya en función de lo que se entiende por diseño gráfico. Esto no significa que los docentes tienen que contar con una concepción única sobre el diseño gráfico. En efecto se busca alinear las distintas perspectivas y puntos de vista sobre una definición para evitar los desfases existentes entre lo que se dice y lo que se hace.

La educación y la didáctica de la actualidad, sitúan dentro de sus procesos a todo lo referente a experiencias, la interacción social y el manejo contextual del entorno. Elementos que generan modificaciones a la hora de enseñar y aprender en las IES. Sin embargo, es importante tomar en cuenta que dentro de los talleres de diseño, las prácticas y actividades que propicien aptitudes que impliquen a un mejor entendimiento del contexto, las habilidades interpersonales y todo aquello que conlleva a la mejor comprensión del entorno, para la solución de un problema donde se aplica el diseño gráfico.

A causa de ello, continúa mermando el desarrollo de la creatividad del que tanto se habla en los programas de diseño, ya que las experiencias, los estímulos sensoriales y la investigación sobre el usuario y su interacción dentro de los procesos de comunicación de la sociedad, quedan tan rezagados en comparación con las acciones encaminadas a las acciones enfocadas en el hacer y la creación visual preponderantemente.

Román Esqueda en su ensayo *El diseño un asunto que nos concierne* (2016), expone una serie de interrogantes sobre el estatus del diseño como objeto de estudio. De manera particular me surge una enorme interrogante sobre el cuestionamiento: Si el diseño es una actividad de conocimiento, ¿quiénes son los estudiosos de este objeto de estudio?, ¿los diseñadores? No, los diseñadores diseñan.

Es importante resaltar los conceptos presentados a lo largo de la lectura, en especial por Bruno Latour, (*matters of fact / matters of concern*), lo que lleva a reflexionar si la enseñanza se basa en el entendimiento del concepto de diseño como *objeto* o el diseño como *cosa*. Por lo anterior, se entiende que la confusión con respecto a la educación del diseño y la concepción de la disciplina misma, radica en el entendimiento de cómo se establece el objeto de estudio del diseño.

En primer lugar se tienen los objetos de diseño (*matters of fact*) presentado como un objeto de apreciación, fuera de contexto y carente de vida propia en la sociedad. Posteriormente, se encuentra el diseño *como cosa que nos concierne*; el diseño que aparece como punto de reunión social, el diseño creado por los diseñadores, el cual a su vez cumple funciones de índole social: comunicar, convocar, reunir, facilitar la vida del ser humano, ente otros.

Alejandro Brizuela (2015) en su investigación *Del signo a la experiencia*, establece una postura sobre la interrogante “¿cuál es el objeto de estudio en el diseño?”, misma que se deriva de cómo se concibe al diseño gráfico en las formas de enseñar y aprender. En primer lugar, el autor establece como fundamental el estudio de la interacción como eje disciplinario; es decir, propone un cambio con respecto a la perspectiva actual de la enseñanza del diseño; pasar del estudio de la imagen visual y estrategias de configuración, hacia el estudio de la información y estrategias de interacción para la generación de experiencias significativas. Cabe destacar el énfasis puesto en cómo los productos de diseño gráfico son efímeros y su función es la de un mediador, lo realmente esencial es el intercambio de contenido (la interacción). Basado en lo anterior, el mencionado autor propone el estudio de la estructura de los textos y mensajes significativos, es decir, enfocar mayormente la enseñanza en el estudio de la recepción de la información por parte del público.

Por último, Richard Buchanan en su investigación sobre *Retórica, Humanismo y Diseño* (2015), intenta aclarar la confusión con la concepción del diseño desde las distintas perspectivas entre productos, métodos y propósitos a los que se encamina la disciplina. Buchanan propone un enfoque para la enseñanza del diseño, en donde plantea que la materia del estudio de diseño no está en el producto, sino en el arte de concebir y planear la elaboración de los productos. Su investigación parte de los fundamentos de distintas concepciones y perspectivas del diseño a través de un devenir histórico, desde los inicios de la Bauhaus y realizando un recorrido por la Ulm, la escuela norteamericana hasta las concepciones actuales.

Cuando se habla de enseñanza del diseño gráfico, es de suma importancia tomar en cuenta la práctica y las formas en cuanto a la evaluación de proyectos se refiere. Nancy García mediante su trabajo *Reflexiones sobre evaluación de la enseñanza del diseño gráfico en la universidad* (2014) da un acercamiento a los estudiantes universitarios del programa de diseño gráfico en la Universidad de Boyacá, cuya finalidad es la búsqueda de información sobre los procesos evaluativos de diseño gráfico, encontrando una falta de objetividad al dejar gran parte de los indicadores de evaluación a la interpretación del docente, mismo que en ocasiones difiere respecto a la concepción y al enfoque de diseño gráfico en la institución, motivo por el cual la autora propone reflexionar sobre la práctica y el desarrollo de una optimización de los procesos de evaluación que realizan los docentes, lo que propiciará una mejora en el modelo de enseñanza-aprendizaje y generará un espacio de motivación y aprendizaje para los alumnos.

Si bien la mayoría de los trabajos anteriormente mencionados se centran mayormente en las concepciones, perspectivas y enfoques del diseño gráfico, el trabajo de Nancy García (2014), establece una relación de aspectos de suma importancia en cuanto a los procesos de enseñanza del diseño, en las universidades y centra los focos de atención en aspectos didácticos y pedagógicos, elementos esenciales para el caso particular de esta investigación.

El presente estudio tiene como finalidad, realizar una investigación mediante la que se indague cuál es la concepción del diseño gráfico como disciplina, en los actores que forman parte del proceso de enseñanza y su relación con las estrategias didácticas en el taller de diseño.

4.2 El diseño gráfico persuasivo e infamativo: el diseño gráfico de la comunicación.

Respecto a las encuestas, entrevistas y testimonios realizados en el estudio en cuestión por parte de los actores que forman parte del proceso de enseñanza y aprendizaje del diseño gráfico, se encontró que en gran medida la concepción del diseño gráfico de hoy en día, en función de conceptos y miradas típicas de la semiótica y la lingüística, así como el código y significado que acompañan a determinada pieza u objeto visual. De igual forma se observa cómo la interpretación, información y redundancia son términos que aparecen con frecuencia.



Figura 30. Retrato de Lance Wyman.

Fuente: <https://mxcity.mx/2019/04/lance-wyman-iconos-ciudad-de-mexico/>

Cabe resaltar que dentro de las entrevistas realizadas y los testimonios, se encuentra como parte de los referentes del desarrollo del diseño gráfico en México a Lance Wyman, quien es uno de los máximos referentes e influenciadores de la disciplina desde su llegada en la década de los 60, como parte del proyecto de desarrollo de identidad visual para los juegos Olímpicos de México 1968.

Para Wyman (2016) el diseño gráfico resuelve problemas de comunicación mediante la utilización de imágenes y piezas visuales. Este autor se sitúa en el

diseño gráfico persuasivo e informativo, con un claro enfoque del diseño gráfico como comunicación.

Con base en lo anterior, se encontraron una gran cantidad de similitudes respecto a los diferentes casos de entrevistas y testimonios con los docentes, alumnos y directivos de las universidades que forman parte del presente estudio. Referentes de la enseñanza del diseño gráfico como Carmen Tiburcio sitúan al diseño gráfico en su rol activo dentro de las necesidades actuales de la sociedad y el mercado, necesidades en relación al mejoramiento de la vida dentro de un determinado entorno, que si bien es verdad que se encuentra dentro de un rol persuasivo, informativo y comunicacional. Genera nuevas rutas en función de el rol social del diseño gráfico de la actualidad y menciona:

Hay diversidad y habemos personas que pensamos que el diseño es de la manera que yo lo pienso, te voy a decir como lo pienso yo... yo creo que el diseño grafico ha evolucionado a lo largo de la historia y que hubo un momento que si se centraba en la generación de objetos visuales que de alguna manera comunicaron algo pero con muchos tintes artísticos distintivos, hoy yo creo que eso ya no es así y que el diseño grafico es esta disciplina que te puede ayudar a resolver problemas en la sociedad en las personas atender las necesidades de las personas a través de la comunicación visual, pero esta comunicación visual no se queda solo en lo visual, es decir, uno como experto va a tener esta cuestión visual, pero yo creo que en la actualidad no es posible atender situaciones de manera aislada desde la perspectiva profesional, es decir que en la actualidad ya hay que trabajar en equipos multidisciplinarios, interdisciplinarios, trabajando colaborativamente y horizontalmente; entonces si yo lo veo en la parte visual pero eso no me exenta de que eso que lo que sea que se diseñe tenga audio y también tenga movimiento y también genere olores y yo como diseño grafico puedo sugerir por ahí no soy el experto pero puedo sugerir y llamar al experto y además necesito un psicólogo que me diga que onda con no se que y un antropólogo que no se que y el medico que me explique no?, entonces yo creo que en resumen cual es la concepción de la disciplina del diseño gráfico es aquella que te permite atender problemas y necesidades de la gente para mejorar su calidad de vida que se encarga con especialista de la parte de la comunicación visual pero trabajando en conjunto con otros expertos generando estos productos que no necesariamente tendría que ser objetos puede ser estrategias experiencias servicios, lo que sea (C. Tiburcio, comunicación personal, 12 de abril, 2016).

De ello se sigue que el diseño gráfico visto desde una concepción vinculada a las problemáticas sociales y el mercado, predomina dadas las condiciones actuales del mundo y las necesidades de hoy en día. Es decir, los productos u objetos desarrollados por el diseñador van en función de resolver

problemas que van más allá de lo que aparentemente resuelve la pieza visual, entender las conductas de los individuos, los patrones de consumo, los hábitos socioculturales, entre otros, se convierte en algo esencial para el diseñador gráfico actual, quién día a día ayuda a satisfacer estas necesidades de comunicar, persuadir e informar. Pero sobre todo puede decirse que el diseñador actual, es un diseñador gráfico reflexivo y consciente de lo que acontece en el presente alrededor del mundo.

4.3 La concepción del diseño gráfico vinculado a las problemáticas sociales.

Dentro de las entrevistas realizadas en el marco de la investigación en el ITSON, maestros investigadores que forman parte de la plantilla docente en la carrera, como Crystal Camacho y Javier Santana, coinciden en que los saltos o modificaciones del plan de estudios, específicamente en las comparaciones entre los de 2003 y 2009, señalan cómo la concepción en los docentes y del programa mismo dejó de lado los enfoques artísticos y la enseñanza del diseño gráfico como un hacer dentro de las artes aplicadas, restando crédito a materias como serigrafía, dibujo, grabado, entre otros. Al respecto, Camacho comenta:

Decíamos: bueno, está bien que lleve bases de dibujo, pero ya tendría que estar conceptualizando para un boceto; por ejemplo, no nada más que quede en la pared, que dibujen un bodegón, pero eso a un diseñador para qué le sirve (C. Camacho, comunicación personal, marzo 2016).

De igual forma el cambio en los planes de estudio antes mencionados, marcó una notable perspectiva del diseño gráfico como negocio generador de soluciones a problemas en el ámbito comercial y empresarial, específicamente en la venta de un producto o servicio. Objetivo que para algunos docentes solo se quedaba en el enunciado de la documentación institucional y los perfiles de ingreso, pero no en la enseñanza y las actividades en el aula. De ahí la importancia de la relación entre lo que se concibe como diseño gráfico y las estrategias didácticas, ya que en el caso concreto del ITSON fue notable cómo lo manifestado en su plan del año 2009, con una concepción dirigida hacia el diseño

gráfico como negocio, mismo que se diluía respecto a las estrategias didácticas marcadas dentro del programa académico.

A lo largo de los años el entorno socioeconómico, las exigencias de mercado y los nuevos modelos de enseñanza, obligan a reflexionar acerca de los contenidos o el plan de clase, pero sobre todo en la concepción que tienen del diseño gráfico, los actores que forman parte del proceso de enseñanza dentro de las universidades.

Después de más de 10 años con el programa educativo de diseño gráfico y dos modificaciones en el plan de estudios, un grupo de docentes, quienes a su vez iniciaron desde la inauguración de la carrera, entre los que destacan Claudia Martínez, Crystal Camacho y Oswaldo Madrid, optaron por reflexionar y analizar de manera colegiada, si la concepción del diseñador como un profesional enfocado en el hacer y el desarrollo de las formas visuales, mantenía un desfase con la actividad real que desempeñaban los diseñadores o bien con el papel del diseñador profesional. De ello, se sigue la concepción y la enseñanza del diseño gráfico se movieron hacia un escenario, en donde el diseñador se centraba en la actividad en un profesional estratega, integral, capaz de solucionar problemáticas reales de la sociedad, a través de sus conocimientos que sobrepasaban el límite de la elaboración de productos mediante lo visual y la forma.

Un momento crítico es quitar toda la concepción que se tiene del diseñador gráfico como un mero hacedor de logos de página web, que se vean bonitos y que obviamente funcionen; estamos brincando hacia la parte de la consultoría de la gestión del diseño, de la estrategia. (C. Camacho, comunicación personal, marzo 2016).

Es evidente que dentro de la institución, los docentes manifiestan ciertas modificaciones en la concepción del diseño gráfico y las estrategias didácticas del taller de diseño, existe una claridad y regularidad en el enfoque de cualquiera de las concepciones particulares de los profesores y su enunciación en los últimos planes de estudio, se mantiene un acuerdo en cuanto a que el diseño gráfico resuelve problemas de comunicación visual.

Al respecto, el profesor Javier Santana, quien a su vez vivió el desarrollo de la licenciatura desde sus inicios como alumno, hasta convertirse en parte

fundamental y miembro del Cuerpo Académico de Diseño y Comunicación, comenta cómo se fue modificando su postura en la concepción del diseño desde una perspectiva particular; cómo desde que cursó la carrera como estudiante en el ITSON se percibía un enfoque del diseño gráfico más apegado al arte y a aspectos técnicos relacionados con el hacer de los inicios del diseño en México, donde se hacía una revisión del dibujo, el grabado, la serigrafía y los sistemas de impresión. Por consiguiente, se dejaban de lado materias que, según su punto de vista, entraban directamente en lo que se conoce como diseño gráfico en los inicios del siglo XXI. Un diseño más apegado a la vanguardia de las necesidades sociales y de mercado. Imperaban las competencias y habilidades adquiridas en el desarrollo de marca, multimedia, animación, video y las asignaturas relacionadas con la identidad visual y la imagen corporativa, mismas que años más tarde formaron parte medular de la estructura del programa académico y del taller de diseño dentro de la misma institución.

Para la maestra Claudia Martínez, quien fue pieza clave en la fundación de la licenciatura de diseño gráfico en el ITSON y se mantuvo al frente de la carrera como Responsable del Programa durante un periodo de 6 años, la actualidad de cómo es concebido el diseño gráfico por algunos de los docentes y los empleadores mismos, se basa en un ejecutor de composiciones gráficas a través de la computadora y menciona como parte esencial para un mejor entendimiento de lo que es el diseño gráfico, a la enseñanza en las aulas de clase es partir de un nuevo paradigma con respecto a las funciones que desempeña un diseñador gráfico y su aportación en la sociedad. “El diseñador gráfico que juega un rol activo en la sociedad, brindando soluciones para una mejor calidad de vida mediante sus conocimientos y competencias interdisciplinarias del diseñador de hoy en día” (C. Martínez, comunicación personal, abril del 2016). De igual forma, la profesora, argumenta el cómo en ocasiones son los mismos docentes quienes limitan el espacio dentro del cual se puede desarrollar como un futuro profesional el alumno. Esto, en relación a en a las estrategias didácticas y las competencias que plasman algunos de los docentes, centradas en el diseñador gráfico de hace más de 30 años, el diseñador enfocado en el hacer, en la generación de objetos en contraste con el diseñador estratega e interdisciplinar que entiende los diferentes entornos de mercado y la sociedad. Mismo que se desarrolló con

competencias y habilidades diferentes, desde las aplicaciones y herramientas tecnológicas hasta el entorno social y sus necesidades.

Conclusiones

Finalmente, después de un largo recorrido por las diferentes universidades que ofertan la carrera de diseño gráfico en la república mexicana, de un exhaustivo trabajo de campo, de observación, de análisis de documentos y los testimonios de los actores principales, que forman parte del proceso de enseñanza/aprendizaje del diseño gráfico. A continuación se mencionan los hallazgos encontrados en función de los objetivos y la hipótesis inicial que daban cuenta de que la enseñanza, en las universidades seleccionadas durante en período de 1995 a 2015, responde a distintas concepciones del diseño gráfico aceptadas tácitamente, lo cual da lugar a prácticas diferenciadas dentro del taller de diseño.

Dichas concepciones, como se ha mencionado a lo largo del estudio en cuestión, parten de las categorías del diseño gráfico como arte, como comunicación o persuasión y por último el diseño gráfico vinculado a resolver los problemas de la sociedad.

De ello resulta que el desarrollo de los capítulos y la investigación misma se estructuró con base en los siguientes puntos:

- Lo que se dice: documentos planes, programas. Identifica primero el origen de cada institución y sus especificidades.
- Lo que se hace: trabajos prácticos y sus consignas.
- Lo que se cree: entrevistas y encuestas a profesores y directivos por institución, donde se señale qué creen, qué valoran de la profesión y de los trabajos prácticos y de los estudiantes.

En ese sentido, se analizaron diversos conceptos y elementos a tomar en cuenta dentro de las consignas, los trabajos y el plano discursivo como los objetivos por carrera, planes de estudio y diversos materiales, que dieron un mayor fundamento con base en la relación sobre las concepciones del diseño gráfico y su enseñanza.

Tal es el caso del diseño como arte, la creatividad, el carácter irruptivo o provocativo de la propuesta, la abstracción, la morfología y el uso de la geometría, así como el refuerzo de teorías estéticas basadas en el puro visualismo. De igual

forma el aprendizaje similar al del artista, donde la habilidad, la sensibilidad, la intuición y la creatividad son las virtudes a alcanzar, a lo que se suma, en la actualidad, la competencia en el manejo de las nuevas tecnologías de ideación y materialización. Es así que se tienen en cuenta los aspectos formales de cada producto elaborado: su morfología, geometría, estructura compositiva, empleo del color, texturas y materialidad.

En el caso del diseño gráfico como comunicación, se encontraron conceptos y miradas típicas de la semiótica y la lingüística, el código, significado, interpretación, información y redundancia son términos que aparecen con frecuencia. Así como la retórica, la connotación y la denotación. Elementos que se pueden apreciar en los casos de desarrollo de la materia de Identidad Visual en la UANL, por citar un ejemplo.

En contraparte, en la concepción del diseño gráfico vinculado a las problemáticas, el común denominador en los hallazgos se centró en una actitud más valorativa e investigativa, tanto del docente a la hora de establecer las consignas y los ejercicios, como por parte del alumno al momento de desarrollarlos. Las consignas y los ejercicios propuestos por la academia, se centraban mayormente en el usuario y su interacción con la pieza, producto u objeto diseñado. Mismos que se presentaban como una posible solución hacia una problemática social, como en el caso de los ejercicios de la materia de identidad visual del ITSON, para organizaciones sin fines de lucro.

Cabe señalar que el estudio se enfocó en las concepciones del diseño gráfico y su enseñanza, en algunas universidades mexicanas que ofertan la carrera. Dada la extensión territorial de la República Mexicana, se optó por una selección de cinco universidades, cuyos distintos escenarios y entornos en los cuales se fundaron y se abrieron campo, en las IES a lo largo de más de veinte años, enriquecen el estudio y dan pie a ejemplificar algunos otros casos con los que se puede tomar cierta similitud en función de la ubicación, situación económica y de mercado en el cual se encuentran dentro del extenso territorio mexicano.

A lo largo del presente trabajo se realizó un recorrido sobre las diversas concepciones del diseño gráfico, así como de la enseñanza en el taller de diseño dentro de las cinco instituciones previamente mencionadas. No sin antes precisar

la investigación y el análisis sobre las diferentes teorías, conceptos y significados del diseño gráfico citados por los referentes y las bibliografías más populares dentro de la enseñanza de la disciplina. Así como los trabajos y proyectos finales desarrollados por los alumnos en el taller de diseño, como parte esencial de constatar los criterios de evaluación por parte de los docentes. A través de los cuales se logra un mejor entendimiento de cómo es concebido el diseño gráfico en determinada Institución de Educación Superior que forma parte de este estudio.

Lo anterior permitió profundizar más sobre cuáles son los enfoques mediante los que se originaron las diversas concepciones del diseño gráfico en las IES.

Se debe mencionar que antes de dar inicio a indagar sobre las concepciones del diseño, los enfoques y diversos significados por parte de los docentes, las universidades y la sociedad en general, se tomaron en cuenta las corrientes teóricas del diseño gráfico. Ya que a partir de ello se logró profundizar de manera óptima bajo qué condiciones se desarrollaron las concepciones del diseño gráfico, en los diferentes escenarios de tiempo y espacio, en donde intervinieron los diversos procesos culturales, sociales, políticos y tecnológicos, para determinar ciertas posturas hacia la significación del diseño gráfico. Mismo que a su vez se direccionaba en las estrategias didácticas de las escuelas donde se enseñaba la disciplina.

La enseñanza del diseño gráfico en las escuelas mexicanas, parte de una variedad en cuanto al cómo se le concibe, sin embargo, con base en los hallazgos y la información recabada a lo largo del trabajo, puede considerarse que dentro de la similitudes en cuanto a la enunciación de objetivos por programa educativo, los perfiles de egreso y las definiciones en cuanto a cómo es concebido el diseño gráfico, por parte de los actores principales dentro del proceso de enseñanza en las IES, el común denominador resulta la intervención o el rol del diseñador gráfico dentro de la sociedad, facilitando los procesos de comunicación a través de la interacción dentro de la comunidad y la solución de las problemáticas sociales de la vida cotidiana. Dicho lo anterior, en cierto modo el diseño gráfico se presenta como una práctica social capaz de persuadir a los individuos dentro de un determinado campo a actuar, pensar y desarrollarse dentro de su entorno.

Sin embargo, dentro de la presente investigación se pueden constatar algunos factores que dan pie a la reflexión y a la apertura de nuevas rutas de conocimiento, sobre la investigación dentro de la enseñanza del diseño gráfico. En primer lugar, y a razón del discurso en las universidades seleccionadas en relación a sus objetivos y perfiles institucionales. Se tiene que si bien es cierto, la mayoría de los programas educativos conciben al diseño gráfico, basados en un enfoque donde el conocimiento se centra en la sociedad, los problemas cotidianos y el mejoramiento de la calidad de vida para los individuos a través del diseño. Es importante, la inserción de fundamentos dentro de la enseñanza, los cuales generen conocimientos en cuanto a lo antes mencionado. Contenidos y ejercicios mediante los cuales la enseñanza refuerce el conocimiento sobre los factores sociales, la cultura y del entorno en el que se desarrolla la gente. Cómo viven las personas, en dónde viven y cuáles son los escenarios o problemáticas y condicionantes mediante las cuales se puede lograr un mayor argumento, a la hora de generar soluciones que mejoren la calidad de vida dentro de la sociedad. Tal es el caso de Frascara (2018) que menciona, “el conocimiento de la gente, como grupos y como individuos, constituye uno de los fundamentos de diseño” (p. 21).

De igual forma, habría que repensar sobre el tiempo que se le dedica a la enseñanza en el taller de diseño, a los aspectos técnicos y tecnológicos y contenidos como el color, la forma, la tipografía, por citar algunos, dentro de un promedio de cuatro a cinco años de cursada a lo largo de la carrera. Esto no significa que se esté demeritando la importancia de dichas asignaturas, más bien se pretende repensar sobre un equilibrio con respecto al tiempo que se dedica actualmente, con base en las necesidades de conocimiento para la formación de hoy en día. Si los programas académicos hablan de una concepción del diseñador gráfico que da una posible solución para los problemas sociales, es importante enfocarse en el estudio y el conocimiento de la sociedad y de la gente. En definitiva, la información recabada, impulsa a repensar sobre la correlación entre la parte discursiva del ser del diseño gráfico, es decir, ¿Qué es? y ¿Cómo se enseña?

Además, dentro de las diferentes puertas hacia la investigación que se abren después de realizar el presente estudio, se encuentra la reflexión sobre los

planes de estudio de diseño gráfico en México, en los cuales es interesante abordar de una manera más profunda la investigación y las teorías que respalden una mayor argumentación para el egresado, misma que lo sitúe en una mejor posición dentro del plano profesional independientemente de su capacidades y habilidades técnicas.

Otro factor relevante dentro del presente estudio es ver cómo la investigación dentro de la enseñanza del diseño gráfico, resulta ser un elemento clave para el desarrollo de las competencias del profesional al egresar de la universidad. Puesto que mediante la investigación se logra un mejor entendimiento del entorno, del contexto y sobre todo de elementos necesarios para la solución de un problema. Y si bien es verdad que dentro de las concepciones del diseño gráfico vinculado a la sociedad y sus distintas problemáticas, no se profundiza en mayor medida sobre la investigación y los elementos previamente mencionados. Por consiguiente y en virtud del cómo se presenta en la parte de los objetivos y perfiles institucionales de las carreras de diseño gráfico previamente estudiadas, en el cual coinciden en que el diseñador gráfico debe tener la capacidad de solucionar problemas. La investigación resulta ser un pilar base dentro de la enseñanza del diseño, a pesar de ello, se encuentra una gran inclinación en la balanza respecto al tiempo e importancia que se le da dentro de la enseñanza en el taller de diseño. Que si bien es verdad que dentro de la concepción del diseño gráfico se le da su lugar, resulta disminuida su aplicación a la hora del desarrollo de un proyecto en relación al hacer y factores más prácticos como la ejecución y elaboración de las piezas de diseño. Esto se entiende en cierto modo, debido a que el *habitus* del diseñador se entiende dentro de un contexto normal como el que diseña, el que hace y el que elabora. De tal modo que al momento de encarar un trabajo o proyecto se centran los esfuerzos en lo anterior, dándole un menor peso a la investigación y su importancia para el desarrollo de soluciones más eficaces a las necesidades del usuario final.

Por otra parte y hablando en función de los objetivos establecidos al inicio de la presente tesis, se debe señalar que se concluyó lo siguiente: en primer lugar, identificar y caracterizar distintas concepciones del diseño gráfico que manifiestan los referentes disciplinares. Esto se puede constatar mediante las teorías, la bibliografía y algunos testimonios que dieron pie a la presente

investigación. De igual forma respecto a la descripción de las concepciones de diseño gráfico, que manifiestan explícitamente las instituciones previamente seleccionadas en sus documentos institucionales (planes, programas y ejercicios). Se analizaron cómo las universidades mantenían ciertas similitudes y diferencias en el plano discursivo plasmado en su documentación institucional.

Finalmente, en el tema del cumplimiento de los objetivos de la presente investigación, se tiene que, respecto a las categorías de los elementos de las diferentes concepciones de diseño gráfico, que se encuentran presentes en las consignas de los ejercicios, en las prácticas realizadas y en las evaluaciones de esas prácticas. Al igual que el objetivo referido a vincular y analizar diferentes concepciones de diseño gráfico, manifestadas en los trabajos y las consignas formuladas en el taller de diseño y por los profesores y directivos de las instituciones seleccionadas.

Se puede observar cómo a través de las entrevistas y encuestas realizadas a alumnos y docentes, así como el análisis sobre algunos de los ejercicios que se presentan en los talleres de diseño, las diversas posturas en relación a cómo se concibe el diseño gráfico. Por ejemplo, dentro de las consignas por parte de los profesores en el taller de diseño, se observaron elementos como la morfología, la técnica gráfica, el uso del color, elementos mediante los cuales se ven insertados en las concepciones del diseño gráfico como el arte. Por su parte en las encuestas realizadas se puede dar cuenta cómo en las escuelas que se basan en la enseñanza del diseño gráfico bajo dicha concepción, hay un sesgo respecto a la sensibilidad, la creatividad y la destreza manual. Es decir, son elementos que según el alumno son tomados en cuenta al momento de evaluar por parte del profesor el proyecto realizado.

Por su parte en la categoría Diseño como Comunicación, Información o Persuasión, se observó una inclinación a elementos como la retórica, la semiótica y los diversos códigos visuales, a través de los cuales se da forma a un mensaje de comunicación.

En cuanto a la categoría de Diseño gráfico Vinculado a las Problemáticas Sociales, fue posible constatar a través de los ejercicios mismos como la perspectiva y enfoque se centraba en elementos en puntos como la interacción o los resultados obtenidos a mediante la función del diseño; conductas, sensibilización,

concientización, en donde se destacan los trabajos que formaron parte de la muestra para ONG's , la utilización de diversos materiales con aporte al cuidado del medioambiente, la sustentabilidad y la naturaleza. Y todo lo referente a los diferentes tipos de emisores sociales de mensaje y la responsabilidad social del mensaje

Si bien es verdad que el presente estudio no buscó el señalamiento directo de errores o inconsistencias en las universidades seleccionadas, sí se encontraron ciertos desfases en cuanto a la implementación de las estrategias didácticas en relación a lo que se define como diseño gráfico. Aclarando que no se trata de un señalamiento o juicio hacia lo que está bien o está mal. En cierto modo, se considera que si bien las estrategias didácticas y enseñanza del diseño gráfico, son aplicadas en virtud de lo mejor para la formación del alumno, la inconsistencia está centrada primordialmente en no enseñar al alumno bajo el enfoque de cómo se concibe al diseño, por parte de la institución y sus docentes. Centrar la enseñanza en aspectos del diseñador interdisciplinar, innovador y con plena conciencia social en el cuidado del medio ambiente. No se aprovecha el conocimiento si lo anterior culmina en ejercicios y proyectos finales, donde no se insertan los criterios antes mencionados en un alto porcentaje para el desarrollo y la evaluación del mismo.

De igual forma se tiene que en la mayoría de los casos, no se prepara al alumno para trabajar en un entorno bajo incertidumbre y presión que se asemeje al desempeño real del profesional en diseño. Es decir, si bien es verdad que dentro de las concepciones se hace mención en cuanto al ser integral, interdisciplinar, capaz de resolver problemas de la sociedad para el mejoramiento de la calidad de vida. La enseñanza dentro del taller de diseño deja muy poco espacio para el desarrollo de la capacidad del alumno en la toma de decisiones bajo presión o en escenarios de plena incertidumbre. Lo anterior, como parte del resultado de una falta de investigación y conocimiento del entorno en general, aspectos culturales, políticos y de la sociedad en general, que ayuden a generar una visión más amplia del alumno. Con ello el diseñador gráfico, tendría la capacidad de desarrollarse en ambientes interdisciplinarios con un mejor manejo en cuanto a los conceptos y elementos en el plano de los procesos metodológicos

del diseño gráfico, que generen una posible solución a un determinado problema y el mejoramiento en la calidad de vida dentro de una comunidad.

Por consiguiente, es fundamental que las concepciones del diseño gráfico por parte de los programas académicos específicamente, sean capaces de desasociarse a las definiciones del diseño gráfico de hace más de veinte o treinta años y poder generar un nuevo discurso, que se aparte en cierta forma con el viejo *habitus* del diseñador e invite hacia la reflexión, sobre el rol social del profesional en la actualidad y sus competencias, más allá de la apropiación sobre la elaboración visual y de la forma. Un diseñador gráfico centrado en las necesidades del usuario y su interacción con el objeto diseño. Mismo que sea capaz de resolver un determinado problema de la vida cotidiana para un mejoramiento de la calidad de vida de los seres humanos.

Retomando a Frascara (2018), quien menciona: “¿Qué se debe hacer en la enseñanza del diseño para poner al día con las mejores prácticas profesionales? La práctica del diseño siempre necesita entender a los usuarios, a los clientes y a todos los que contribuyen al desarrollo del proyecto” (p. 51).

En este sentido, para que la relación entre lo que se concibe como diseño gráfico y la enseñanza en los talleres de diseño sea óptima, es necesario que las universidades se adentren más en el día a día de nuestro mundo y de la sociedad.

Desde una perspectiva general sobre el trabajo relevado, se ha realizado un exhaustivo recorrido por las universidades seleccionadas para el estudio; en sus planes de estudio y la documentación institucional donde muestran sus enfoques y definiciones sobre el diseño gráfico. De igual manera se cuenta con entrevistas y testimonios de expertos en materia de la enseñanza del diseño gráfico en México, así como con actores que participaron y colaboraron en el desarrollo de los programas académicos de diseño gráfico en distintas universidades.

Uno de los principales aspectos con respecto al trabajo realizado, radica en la falta de claridad con respecto al concepto y definición del diseño gráfico. Así como al desfase en lo que concierne a dicha concepción y el respaldo que se le da mediante las teorías, los autores y el entorno actual en el que se desarrollan los egresados de la carrera.

En consecuencia, el resultado de las estrategias didácticas, los contenidos y el accionar mismo al interior de los talleres de diseño, generan planes de estudio con cierto grado de incertidumbre respecto a lo que se dice que es el diseño gráfico y lo que se enseña en los talleres de diseño.

Los programas académicos de diseño gráfico en las universidades relevadas, cuentan con distintos escenarios en cuanto a su creación y desarrollo. De igual modo pasa con las perspectivas al momento de revisar minuciosamente la definición del diseño gráfico. Lo anterior se da como resultado de situaciones y elementos que van desde sus primeros cuerpos docentes; en algunos casos artistas, en otros arquitectos, con una concepción un tanto desfasada a lo que define al diseño gráfico por parte de sus instituciones y la sociedad en general. Contrariamente muy pocos fueron formados por un núcleo completo de diseñadores gráficos, con una visión clara sobre la disciplina, sus necesidades y su papel en la sociedad.

Como ya se menciona anteriormente, el presente trabajo se centró en el estudio de las diversas concepciones del diseño gráfico y su enseñanza en el taller de diseño. Cabe mencionar que a través de la investigación, se pudo conocer a mayor profundidad en primera instancia cómo es que las cinco universidades que forman parte del estudio, conciben al diseño gráfico, cuál es su definición o significación misma bajo la perspectiva institucional y de sus actores principales, dentro del proceso de enseñanza/aprendizaje, es decir, los docentes, directivos y los alumnos.

Por consiguiente, es importante señalar que el valor de la presente investigación, radica en la premisa de que si bien es sabido que se han hecho diversas investigaciones sobre el diseño gráfico y su enseñanza en México, hay una vacancia respecto a la correlación entre las concepciones, su enseñanza y la práctica dentro de las universidades. De ello se sigue, que mediante los testimonios, entrevistas y el análisis documental, se puede constatar el sentir y el pensar de los actores dentro de las universidades, sobre cómo es que perciben al diseño gráfico y su rol dentro de la vida cotidiana, cómo se ven a sí mismos, qué buscan mediante la aplicación e implementación del diseño gráfico en el mundo real.

El presente estudio, en cierto modo resalta las diversas perspectivas y significados en el que se encuentra la definición del diseño gráfico dentro del plano académico. Las diferentes posturas, enfoques y maneras de ver al diseño gráfico desde distintos puntos de vista.

Está claro que la enseñanza del diseño gráfico, responde a distintas concepciones que se ven reflejadas en los ejercicios, trabajos finales y proyectos dentro de los talleres de diseño.

Por ello, resulta importante mencionar que en las distintas concepciones hacia la disciplina y en algunos casos, la modificación de la misma con el paso de los años, se generaron como consecuencia no solo de las escuelas, sino también con los cambios en la sociedad, la cultura, la política y esencialmente el mercado y los nuevos patrones de consumo. Con lo cual se desarrolló un nuevo perfil del diseñador gráfico, nuevos modelos de enseñanza y por obvias razones nuevas tipologías dentro de la disciplina.

En consecuencia, por lo antes expuesto, la relevancia de la concepción del diseño gráfico por parte de las universidades y su enseñanza en el taller de diseño, continua siendo una especie de intento con respecto a su implementación y aplicación sin tener una claridad en ambos casos.

De ello se deriva que en el campo laboral y la sociedad, se siga manteniendo cierto desfase con respecto a lo que es el diseño gráfico y específicamente la labor que desempeñan los licenciados en diseño gráfico en el sector laboral. Es decir, la enunciación y el plano discursivo en la documentación oficial, planes de estudio, objetivos, y perfiles de egreso, se exponen conceptos y definiciones con respecto a la ocupación del diseñador gráfico, que en muchos de los casos no corresponden al quehacer real del día a día del profesional, en el campo laboral y en la sociedad de hoy en día.

Por otro lado, están los discursos por parte de las universidades que presentan al diseñador gráfico como el generador de artefactos, objetos o piezas visuales, mediante la aplicación de la técnica y diversos procesos tecnológicos como los paquetes de computo. Dicho discurso en diversas ocasiones, se queda corto con respecto a las necesidades del diseñador gráfico de hoy en día y el rol que debe desempeñar en la sociedad, ese rol de un profesional integral con la

capacidad de resolver problemas, para la sociedad mediante los procesos de comunicación.

De tal manera que el discurso sobre la concepción del diseño gráfico en relación a su enseñanza en las IES, resulta confuso con respecto a las estrategias didácticas en el taller de diseño. Generando así la confusión con los alumnos y futuros profesionales, sobre la definición de su disciplina y el quehacer del diseñador gráfico en el campo laboral. Todo esto sin mencionar la complejidad de la percepción social y de mercado, sobre qué es el diseño gráfico y qué hace un diseñador gráfico.

Importante mencionar como la inserción de las tecnologías de la información, la computadora y los programas digitales de diseño, generaron de cierta forma modificaciones en cuanto al *habitus* del diseñador gráfico. Mismas que se vieron reflejadas en la concepción de el diseño gráfico y su enseñanza dentro de las escuelas. Pese a lo anterior, no solo fue la tecnología quien causó modificaciones en cuanto a la visión del diseño gráfico y su enseñanza. Conceptos como la innovación, la sustentabilidad, la responsabilidad social y el cuidado del medio ambiente, generaron nuevas visiones en cuanto al diseño gráfico, las cuales se vieron reflejadas en las modificaciones de los planes de estudio y del proceder en cuanto a la enseñanza en el taller de diseño. Por consiguiente y dado que la presente investigación realiza una investigación en los programas de estudio en las universidades mexicanas, queda vacante la interrogante sobre si en general en las universidades latinoamericanas, se sigue aplicando la enseñanza bajo concepciones del diseño gráfico de hace más de veinte años o bien, si las relaciones actuales que generalmente conciben al diseñador gráfico, como un profesional a la vanguardia de las necesidades actuales de la sociedad, se mantienen en armonía con lo que se enseña al interior del taller de diseño.

Por lo anterior, se propone una nueva mirada hacia el cómo se define el diseño gráfico dentro del plano académico en las IES, haciendo énfasis en que no se busca una única y exclusiva concepción mundial y homogénea sobre el diseño gráfico. Sin embargo, se pretende tener una mayor claridad, en primer lugar en cuanto a qué se entiende por diseño gráfico por parte de la universidad y la congruencia entre lo que se está implementando en cuanto a su enseñanza. Esto

es, que efectivamente se tienen las diferentes definiciones de lo que es el diseño gráfico, la cuestión es que esas diversas definiciones sean acompañadas del uso correcto y congruente de la didáctica devenida, de lo que se concibe como diseño gráfico en cada caso particular. En otras palabras, si en determinada universidad se concibe al diseño gráfico como una disciplina basada en el hacer formas visuales nacido de las artes, se supondría que la enseñanza en el taller de diseño va encaminada a los procesos de elaboración con un sesgo de las actividades artísticas, el dibujo, la pintura, el arte plástico, entre otras actividades.

Dicho lo anterior, es interesante resaltar ciertos conceptos a trabajar dentro de los programas educativos, a raíz de una concepción del diseñador gráfico comprometido con la sociedad, el medio ambiente y las necesidades del entorno en general donde se desarrolla como individuo.

Por otra parte, es interesante la idea de limitar o hacer escaso el rol profesional del diseñador gráfico de hoy en día. Por limitar, se entiende el punto en el que se le dé más especificidad al quehacer profesional del diseñador profesional, en vez de abordar de manera muy general diversas disciplinas que en teoría deben ser realizadas por un profesional en la materia; el caso de la programación web para un programador, la investigación de mercado para un mercadólogo o el desarrollo de una campaña publicitaria para un publicista. La idea de generar un perfil más concreto sobre el diseñador gráfico, conlleva a tener mayor argumento en cuanto a sus labores y a su papel como profesional ante otras disciplinas y la sociedad misma. Ya que es común escuchar la idea sobre las múltiples tareas y papeles que puede desempeñar un diseñador gráfico, pero desde una perspectiva personal. Dicha idea en ocasiones es la que lo mantiene al margen del reconocimiento social y laboral ante otras profesiones. Aunado a lo anterior se genera la falta de claridad en cuanto al concepto del diseño gráfico y obviamente su relación con la correcta implementación, de las estrategias didácticas en los talleres de diseño.

En relación con lo anterior, de manera particular, no se pretende crear una contradicción en el término interdisciplinar del que tanto se habla a lo largo del trabajo. Sin embargo, es necesario que se genere una mayor claridad en cuanto a qué es lo que hace un diseñador gráfico, cuál es su campo de acción y cuáles son

los argumentos que lo forman y desarrollan para abrirse paso en la actualidad del mundo profesional.

La estandarización y la claridad por parte de las IES en reacción a la concepción del diseño gráfico y su enseñanza, vendría a reforzar la profesionalización de los egresados y los colocaría en una mejor posición ante el mercado. La tarea para las universidades entonces recae en profundizar en sus estructuras curriculares, sus estrategias didácticas y bajo qué perspectiva se está abordando la definición del diseño gráfico. Ya que, como puede observarse en la presente investigación, en muchos de los casos se habla de resolver problemas en la sociedad y es en ese sentido en donde los programas previamente estudiados centran más sus procesos de enseñanza, en aspectos enfocados en el proceso, en el hacer y en las tipologías del diseño y no como se plasma generalmente en los programas académicos; en la sociedad, la innovación y la interdisciplinariedad a través de la estrategia.

A través del presente estudio y después de los hallazgos recabados, se considera de forma particular que la enseñanza del diseño gráfico, puede centrarse mayormente en el usuario y la interacción con respecto al objeto que se produce, la enseñanza puede partir de una concepción con apego a la información, la interacción y la solución de problemas con base en el objeto o pieza diseñada. Es decir, todo lo que conlleva al comportamiento de las personas en función de lo que se diseñó, ya sea para intervenir en las conductas sociales, informar sobre un determinado tema o comunicar de manera persuasiva el mensaje con lo que se logre el cumplimiento de un objetivo determinado.

De ello se sigue que el presente estudio abra nuevas líneas de investigación sobre los escenarios de la enseñanza del diseño gráfico, respecto a la interrogante inicial sobre una mayor claridad, relacionada con las concepciones del diseño gráfico y los diferentes métodos de enseñanza o en su debido caso, cuestionar: ¿Cuál sería la forma óptima de la enseñanza del diseño gráfico?, Esto a partir de encontrar una mayor claridad respecto al quehacer y el rol profesional del diseñador gráfico de hoy en día.

Bibliografía.

Ander-Egg, E. (1991). *El taller una alternativa de renovación pedagógica*. Argentina: Magisterio Del Río De La Plata.

Arnheim, R. (1986). *El pensamiento visual*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Barthes, R. (1986). *La retórica de la imagen. En Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona: Paidós.

Bartolomei, V. (2006). El diseño gráfico ante el espejo. *Jornadas de Reflexión Académica en Diseño y Comunicación*, 32-34.

Basabe, L. y Cols, E. (2007). *La enseñanza*. En Camilloni, A., Cols, E., Basabe, L. y Feeney, S. (2007). *El saber didáctico*. Buenos Aires: Paidós.

Belluccia, R. (2007). *El diseño gráfico y su enseñanza. Ilusiones y desengaños*. Argentina: Paidós.

Bennett, A. (2010). Teaching Design Standards in a Socially-Conscious Age. *Transformative Dialogues: Teaching & Learning Journal*, 2(4). Recuperado de: http://www.researchgate.net/publication/267982427_Teaching_Design_Standards_in_a_Socially-Conscious_Age

Berger, P. y Luckmann, T. (2001). *La construcción social de la realidad*. Argentina: Amorrortu.

Bernatene, M. (2015). *La historia del diseño industrial reconsiderada*. Argentina: Editorial de la Universidad de La Plata.

Bourdieu, P. (1992). *El sentido práctico*. Madrid: Taurus.

Bourdieu, P. (1997). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama SA.

Bourdieu, P. (2000). *Los usos sociales de la ciencia*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.

Bourdieu, P. (2008). *Homo Academicus*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Branda, M. y Cuenya, A. (2014). *Comunicación visual reflexión y práctica de la enseñanza*. Argentina: Editorial de la Universidad de La Plata.

Breña, M. (2016). La actualidad de los modelos educativos para la enseñanza del diseño. *El Diseño a debate: diversidad y aprendizaje*, 1(1), 92-110.

Buchanan, R. (1995). Rhetoric, humanism and Design. *Discovering Design: Explorations in Design Studies*. University of Chicago Press. Recuperado de: https://www.academia.edu/15847039/Richard_Buchanan_Rhetoric_humanism_and_design

Burdek, B. (1994). *Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial*. Barcelona: Gustavo Gili.

Caballero, J. (2009) Una Reflexión acerca del aprendizaje en la licenciatura en diseño. *Revista Electrónica de la Facultad de Acatlán*, (3), 75-82. Recuperado de <http://www.revistas.unam.mx/index.php/multidisciplina/article/view/27707>

Calvera, A. (2010). *Cuestiones de fondo: la hipótesis de los orígenes del diseño* En Salinas, O. (2010) *Diseño e historia: tiempo, lugar y discurso*, *Designio*, 63-85.

Camilloni, A., Cols, E., Besabe, L. y Feeney, S. (2007). *El saber didáctico*. Buenos Aires: Paidós.

Campi, J. (2013). *La historia y las teorías historiográficas del diseño*. México: Editorial Designio.

Castells, M. (1999). *La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura: La sociedad Red*. México: Siglo XXI.

Castoriadis, C. (2007). *La institución imaginaria de la sociedad*. Buenos Aires: Tusquets Editores.

Chaves, N. (1988). *El oficio de diseñar*. Barcelona: Gustavo Gili.

Chaves, N. (1997). *Diseño y comunicación. Teoría y enfoques críticos*. Buenos Aires: Paidós.

Chaves, N. (2015). El papel de la teoría en la enseñanza del Diseño {conferencia}. Buenos Aires: Universidad de Palermo.

Clark, B. (1983). *El sistema de educación superior. Una visión comparativa de la organización académica*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.

Corona Martínez, A. (1990). *Ensayo sobre el Proyecto*. Buenos Aires: Editorial CP67.

Cravino, A. (2018) Enseñar Diseño: La emergencia de la teoría. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, (67).

Cruz, Y. y Cruz, A. (2008) La educación superior en México. Tendencias y desafíos. *Avaliação: Revista da Avaliação da Educação Superior (Campinas)*, 13(2). Recuperado de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-40772008000200004

Dalle, L. (2020). Propuestas curriculares futuribles para la materia Diseño Gráfico de la carrera de Diseño Gráfico en FADU UBA. *Cuaderno 104. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (ensayos)*, (104), 107-122. Recuperado de: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/829_libro.pdf

Devalle, V. (2009). *La travesía de la forma. Emergencia y consolidación del Diseño Gráfico (1948-1984)*. Buenos Aires: Paidós.

Devalle, V. (2012). *Relatos del diseño. Hacia un enfoque multidisciplinario de las modalidades de historización de los diseños en la Argentina*. Recuperado de: <http://www.iaa.fadu.uba.ar/publicaciones/critica/0176.pdf>

Dewey, J. (1952). *La búsqueda de la certeza: un estudio de la relación entre el conocimiento y la acción*. Trad. Eugenio Imaz. México: Fondo de Cultura Económica.

- Dondis, D. (1995). *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Eco, U. (1986). *La estructura Ausente*. Barcelona: Lumen.
- Eco, U. (2007). *A paso de cangrejo*. Barcelona: Debate.
- Esqueda, R. (2016). El diseño un asunto que nos concierne. Ensayos sobre retórica y diseño. México: Universidad Autónoma Metropolitana
- Esqueda, R., López-León, R., Martínez de la Peña, A., Rivera, A., Rodríguez, L., Tapia, A., Tiburcio, C., Torres Maya, R. y Villalobos, S. (2017). *¿Design thinking? Una discusión a nueve voces*. México: Ars Optika.
- Fleck, L. (1986). *La génesis y el desarrollo de un hecho científico*. Madrid: Alianza.
- Frascara, J. (1996). *Diseño Gráfico y Comunicación*. Buenos Aires: Infinito.
- Frascara, J. (2004) *Diseño gráfico para la gente: comunicaciones de masa y cambio social*. Argentina: Infinito.
- Frascara, J. (2008). *Diseño gráfico para la gente*. Buenos Aires: Infinito.
- Frascara, J. (2012). *El diseño de comunicación*. Argentina: Infinito.
- Frascara, J. (2018). *Enseñando diseño*. Argentina: Infinito.
- Freire, P. (2012). *Pedagogía de la autonomía: saberes necesarios para la práctica*. México: Siglo XXI Editores.
- García, M. (2008). El desorden y el caos visual como constante en el Diseño Gráfico y su enseñanza: ¿culpa de la tecnología? *Revista del Centro de Investigación. Universidad La Salle*, 8(29), 39-46. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34282905>
- García, N. (2014). Reflexiones sobre evaluación de la enseñanza del diseño gráfico en la universidad. *Praxis & Saber*. (5)10, 171-192. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/prasa/v5n10/v5n10a10.pdf>
- González de Cossio, M. (2005). El diseño gráfico en México. *Revista Tipográfica*, (67)3, 34-40. Recuperado de: https://www.revistatipografica.com/wp-content/uploads/2019/02/tpg_67.pdf
- Gouldner, A. (1973) *La crisis de la sociología occidental*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Heiner, J. (1991). Un enfoque integrado de la enseñanza del diseño gráfico. *Temas de Diseño*, 203-212. Recuperado de: <http://tdd.elisava.net/coleccion/6/jacob-es>
- Heller, S. (2005). *The Education of a graphic designer*. New York: Allworth Press.
- Herzogenrath, W. (2019). *Das Bauhaus gibt es nicht*. Berlin: Alexander Verlag.
- Irigoyen, L. (2015). Propuesta taxonómica para las áreas subdisciplinarias del diseño

gráfico. *Agentes dinámicos en la enseñanza del diseño gráfico*, (1)1, 76-90.

Iuvano, C. (2007). Retórica de la imagen. *Comunicación visual gráfica 1*. Recuperado de: <https://visualgrafica.files.wordpress.com/2012/03/moduloretorica-2012.pdf>

Jaramillo, G. (2016) Diseñan el mundo. Recuperado de: <http://www.uanlmexico.mx/noticias/academico/disenan-el-mundo.html>

Kopp, R. (2013). *Diseño gráfico cambiante*. México: Ars Optika.

Ledesma, M. (2003). *El diseño gráfico, una voz pública*. Argentina: Argonauta.

Ledesma, M. (2018). Luces y sombras en la enseñanza del Diseño. Una reflexión sobre su transformación en saber universitario. *Cuaderno 67. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, (67). Recuperado de: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/659_libro.pdf

Litwin, E. (2008). *El oficio de enseñar*. Buenos Aires: Paidós.

Manzini, E. (1996). *Artefactos: hacia una nueva ecología del ambiente artificial*. Madrid: Celeste Ediciones.

Manzini, E. (2015). *Cuando todos diseñan*. Madrid: Experimenta.

Maldonado, T. (2004). *Dos Textos Recientes: Proyectar hoy, Diseño | Globalización | Autonomía*. La Plata, Argentina: Nodal.

Margolin, V. (2008). *Las políticas de lo artificial: Ensayos y estudios sobre diseño*. México: Designio.

Mazzeo, C. y Romano, A. (2007). *La enseñanza de las disciplinas proyectuales*. Buenos Aires: Nobuko.

Mazzeo, C. (2014). *¿Qué dice del diseño la enseñanza del diseño?* Buenos Aires: Ed. Infinito.

Mazzeo, C. (2017). *Diseño y sistema: Bajo la punta del iceberg*. Buenos Aires: Infinito.

Meggs, P. (2009). *Historia del diseño gráfico*. México: RM.

Murcia, N., Jaimes, S. y Gómez, J. (2016) La práctica social como expresión de humanidad. *Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*. 257-274 Doi: 10.4067/S0717-554X2016000300002

Nonaka y Takeushi (1995). *La organización creadora de conocimiento*. Estados Unidos: Oxford.

Papanek, V. (1971). *Diseñar para el mundo real*. Madrid: Hermann Blume Ediciones.

Pelta, R. (2004). *Diseñar hoy. Temas contemporáneos de diseño gráfico (1998-2003)*. Barcelona: Paidós.

Poggio, N. (2011). The new design paradigm: designers as change agents. En

Diseño sin fronteras, 180-190. Ciudad de México. Recuperado de: <http://www.dis.uia.mx/conference/2011/LibroMX2011.pdf>

Rivera, A. (2013). *La Nueva Educación del Diseñador Gráfico*. México: Editorial Designio.

Rivera, A. (2016) Perspectivas históricas de las argumentaciones en el diseño. En *El Diseño a debate: diversidad y aprendizaje*, 1(1). 16-47. México: COMAPROD.

Rivera, A. (2018). *La evaluación de la educación del diseño en México: un enfoque desde la didáctica*. México: COMAPROD.

Rodríguez, L. (2013). *Discursos y tesis en diseño*. Conferencia Magistral. Segundo Foro COMAPROD. Desarrollo y resultados de estrategias educativas para la formación de los diseñadores. Puebla, México: UPAEP.

Rodríguez, L. (2014). Hacia un diseño integral. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. Ensayos, 105-117.

Recuperado de <http://www.scielo.org.ar/pdf/ccedce/n49/n49a08.pdf>

Rodríguez, L. (2015). *De los métodos proyectuales al pensamiento de diseño*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.

Romano, A. M. (2015). El conocimiento y la práctica proyectual. *Revista Corazonada*, (7).

Romano, A. M. (2018). La construcción de la cosmovisión durante la enseñanza. En *Cuaderno 67. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, (67).

Buenos Aires: Universidad de Palermo. Recuperado de:

https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/659_libro.pdf

Sánchez, M. (2016). *En búsqueda del paradigma perdido*. Recuperado de: https://issuu.com/imdi.cmd/docs/en_busca_del_paradigma_perdido_10-1

Simon, H. (1996). *La ciencia de lo artificial*. Estados Unidos: Massachusetts Institute of Technology.

Soltero Leal, S. (2017). *Ensayo crítico sobre la enseñanza del diseño gráfico en México*. Recuperado de: <http://www.upncelaya.edu.mx/episteme>.

Stake, R. (2010). *Investigación con estudios de caso*. Madrid: Morata.

Thompson, A. (1992). *Teachers' beliefs and conceptions: a synthesis of the research*.

Tiburcio, C. (2015). *La sociedad red del siglo XXI y el diseño gráfico*. Puebla: Universidad Iberoamericana.

Troconi, G. (2010). *Diseño Gráfico en México 100 Años 1900-2000*. México: Artes de México.

Vilchis, L. (2010). *Historia del Diseño Gráfico en México 1910 -2010*. México: Instituto Nacional de Bellas Artes, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Wick, R. (1993) *La pedagogía de la Bauhaus*. Barcelona: Alianza Forma.

Entrevistas

Breña, M. (2017). Entrevista con la profesora Matilde Breña. 18/01/17: Ciudad de México.

Camacho, C. (2016). Entrevista realizada a la profesora Crystal Camacho. 22/03 /16: Ciudad Obregón.

Castro, M. (2017). Entrevista realizada a la profesora Marcela Castro. 4/05/17: Ciudad Obregón.

Madrid, O. (2016). Entrevista realizada a la profesor Oswaldo Madrid 23/03 /16: Ciudad Obregón.

Marchena, M. (2016). Entrevista realizada a la profesor. Misael Marchena 23/03 /16: Ciudad Obregón.

Martínez, C. (2016). Entrevista realizada a la profesora Claudia Martínez. 22/03 /16: Ciudad Obregón.

Palacios, C. (2017). Entrevista realizada a la profesora Cecilia Palacios. 18/01/17: Ciudad de México.

Rivera, A. (2017). Entrevista con la profesor Antonio Rivera. 18/01/17: Ciudad de México.

Rovalo, F. (2017). Entrevista realizada al arquitecto Fernando Rovalo. 30/10/17 : Ciudad de México.

Ruiz, E. (2017). Entrevista realizada al profesor Enrrique Ruiz. 00/00/17: Monterrey.

Santana, J. (2016). Entrevista realizada a la profesor Javier Santana 22/03 /16: Ciudad Obregón.

Tiburcio, C. (2016). Entrevista realizada a la directora de la licenciatura en diseño gráfico de la Universidad Iberoamericana, Carmen Tiburcio. 12/04/16 :Puebla.

Wyman, L. (2016). Entrevista realizada a Lance Wyman. 12/12/16: Nueva York.

Documentos

COMAPROD. (2013). Proceso para acreditación: Consejo Mexicano para los programas de diseño

CIEES (2014). Procedimiento general para la evaluación de programas y funciones en la educación superior.
<http://www.ciees.edu.mx/images/documentos/Procedimiento%20general%20para%20la%20evaluaci%3n%20de%20programas%20y%20funciones%20en%20la%20educaci%3n%20superior.pdf>

Encuadre – Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño (2016)

ITSON (2009). Plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Gráfico del Instituto Tecnológico de Sonora.

ITSON (2016). Plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Gráfico del Instituto Tecnológico de Sonora.

IBERO (2004). Plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad Iberoamericana.

IBERO (2012). Plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad Iberoamericana.

UANL (2015). Plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Archivos Audiovisuales

Monti, F. (2012). ¿Qué es el diseño gráfico?. Documental. FADU - UBA