

**UNIVERSIDAD POPULAR AUTÓNOMA  
DEL ESTADO DE PUEBLA**

**FACULTAD DE DISEÑO GRÁFICO**

BIBLIOTECA  
USO ÚNICO EN EL ESTADO



**PROBLEMÁTICA DEL DISEÑO GRÁFICO**

**PROYECTO TERMINAL**

Que para obtener el Grado de:

Maestra en Procesos de Diseño

Presenta:

**Ana Cecilia Gómez Macfarland**

TE 741.6

#63770

GOM 2001

GOMEZ MACFARLAND, ANA CECILIA  
PROBLEMÁTICA DEL DISEÑO GRÁFICO

Puebla, Pue. Julio de 2001.



**UPAEP – Secretaría General**

Dirección General de Apoyos Académicos

Dirección del Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación.

Biblioteca Central - **Karol Wojtyła**

**Tesis Digitales Restricciones de uso:**

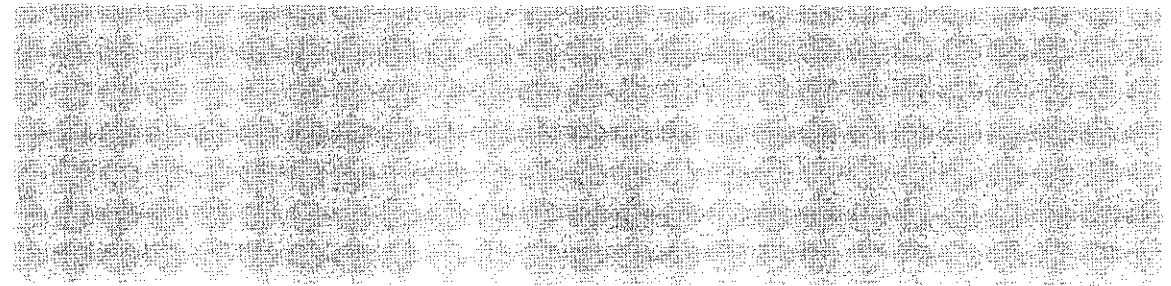
**DERECHOS RESERVADOS ©**

**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de textos, imágenes, gráficas, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente de donde la obtuvo mencionando el autor o autores involucrados en el documento.

Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



***PROBLEMÁTICA DEL DISEÑO GRÁFICO***

---

## **CONTENIDO**

### **TEMA**

#### **1. CONTEXTO**

- 1.1 Antecedentes
- 1.2 El diseño gráfico en la actualidad
- 1.3 El futuro del diseño gráfico

#### **2. OBJETIVOS**

#### **3. DESARROLLO**

##### **3.1 ESCLARECIMIENTO DE LA DEFINICION DEL DISEÑO GRAFICO**

- 3.1.1 El diseño gráfico desde la Teoría de las cuatro causas (Aristóteles)
- 3.1.2 El diseño gráfico como oficio
- 3.1.3 El diseño gráfico como profesión
- 3.1.4 El diseño gráfico como disciplina

##### **3.2 DEMANDA DEL MUNDO REAL**

- 3.2.1 Funcionalidad
- 3.2.2 Comunicación visual
- 3.2.3 ¿Se demanda la actividad y se oferta la profesión?

### 3.3 ESTRUCTURACION DE PROGRAMAS DE ESTUDIO

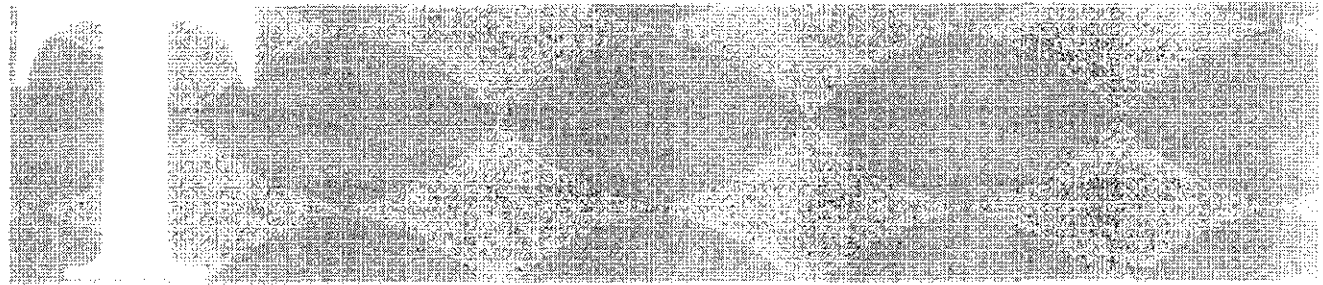
3.3.1 Las asignaturas y los programas de estudio

3.3.2 La comunidad académica

3.3.3 Coordinación efectiva de asignaturas

### **CONCLUSIONES**

### **BIBLIOGRAFIA**



***TEMA***

## **TEMA**

La indefinición del diseño gráfico, la estructuración infundada de algunos programas de estudio y la falta de regularización y estandarización de esto en las escuelas de diseño, son causa de la falta de reconocimiento funcional de la profesión. Por tanto el tema de este proyecto es el análisis de estas premisas de la problemática del diseño gráfico.



***CONTEXTO***

## 1.1 Antecedentes

Siendo la información visual el registro más antiguo de la historia humana, el origen del diseño gráfico sigue ligado y el esfuerzo es cada vez mayor para establecer la clasificación entre artes visuales y artes aplicadas donde encontramos 2 grandes diferencias: la utilidad y la estética.

Desde culturas primitivas se suponía que el hombre no solo podía aprender a producir sino también podía mediante el diseño y la decoración, dar expresión individual a su trabajo. Desde entonces esta autoexpresión surgía del aprendizaje de un oficio y si alguna vez se tomaban en cuenta, quedaban en segundo lugar las exigencias de su funcionalidad.

Desde el punto de vista de la Bauhaus todas las artes, aplicadas o bellas se concentran en un solo punto defendiendo la postura de que “el arte es uno”. Y durante el renacimiento los artistas aprendían sus oficios y se consideraban auténticos.

Aunque la visión contemporánea de las artes visuales ha avanzado más allá de la simple diferencia entre artes bella y aplicada, llegando hasta cuestiones de funciones objetivas, la educación ha basado los inicios de la disciplina del diseño gráfico en fundamentos ideológicos y tendencias artísticas, siendo que hoy en día la función del diseño gráfico es revelar conocimientos sobre la significación social de diferentes productos.

La cuestión acerca de la naturaleza del diseño se sigue dabatiendo entre teóricos, profesionales y pedagogos. No se sabe del todo dónde está situado.

La educación es el punto de partida de todo desarrollo profesional de un alumno y en ciertas escuelas la enseñanza reside en esta falta de definición del diseño gráfico, y año tras año se educa a los estudiantes con base en supuestos ideológicos, esto es, con base en las tendencias artísticas de aquellos momentos como las de la Bauhaus.

En suiza, por ejemplo, la Escuela de Diseño de Basilea entendía hasta hace poco, la comunicación gráfica como imágenes cuya funcionalidad primordial era su calidad estética. La imagen no tenía que responder a exigencias de comunicación tan precisas como hoy en día.

Estos centros pedagógicos basaban o basan su educación en cómo ver y cómo representar lo visto y cómo estas representaciones tienen diferentes rasgos según los medios utilizados. El aprendizaje no genera una reflexión capaz de dar sentido a lo que se diseña, obteniendo así una idea errónea del diseño gráfico.

La influencia de estos centros fue decisiva en la configuración del diseño a nivel mundial, un punto de referencia obligado para varias generaciones de profesionales, quienes encontraron empleo como tal con la expansión industrial y comercial de las empresas cuyos dirigentes eran compatibles con el idealismo estético. El alumno pasaba a los cursos posteriores llevándose como fundamento los cursos básicos de la estética, siendo que se debe educar dentro de un marco social y económico.

Parecería que se prepara para dedicarse a oficios y no para la propuesta de estrategias que satisfagan necesidades de comunicación visual. Y esto se da porque al carecer de una definición de la profesión, se carece entonces de una meta de enseñanza-aprendizaje clara.

Las escuelas deben de resolver el conflicto que ellas mismas han suscitado, dejando en segundo lugar el hacer y pasando al primer lugar el pensar. Dejar de arrastrar el arte como origen del diseño gráfico siendo que el origen realmente sucedió cuando los presupuestos dedicados a la publicidad y a la imagen de la empresa debían producir una rentabilidad demostrable, las imágenes debían ser eficaces.

## 1.2 El diseño gráfico en la actualidad

En la actualidad el diseño gráfico se esfuerza por demostrar que su función tiene utilidad comprobada. La educación en las universidades da bases que fundamentan el resultado material del diseño, pero la influencia del exterior sobre el que hacer del diseño ejerce una presión sobre el profesionalista, misma que con la demanda de trabajo y el desarrollo de la tecnología a pasos agigantados obligan al diseñador a olvidarse de hacer investigación antes de diseñar, se olvida de lo aprendido durante su educación profesional y se deja llevar por la corriente de la tecnología, y el resultado de un diseño puramente estético infundado.

Ello contribuye a alimentar el ciclo vicioso por el cual el diseño no cobra valor y continua dando la razón a la definición errónea que la sociedad tiene.

Por otro lado se ejercen profesiones que realizan funciones que le corresponden al diseño gráfico, y más aún pareciera que estas profesiones lo hacen mucho mejor, y lo que es peor, esto ocurre porque el diseño gráfico no reconoce aún los límites de sus acciones y concentra su que hacer únicamente en un oficio que radica en el uso optimizado de la tecnología y el buen gusto. “Esta falta de linderos hace del diseño una disciplina particularmente vulnerable a una clásica neurosis de la cultura universal: la lucha contra el tiempo, no vivir el presente y proyectarnos en un nebuloso futuro.”<sup>1</sup>

Ni la tecnología ni la demanda y mucho menos la sociedad son responsables, el problema está en creer y hacer valer la definición del diseño gráfico. Se deben definir los límites de la función y creer en ello para hacerlo valer y respetar.

El diseño gráfico es usado como locución laxa, es decir, una práctica gráfica que refleja su resultado en una producción material.

1. Diseñar Diseñadores. Reflexiones sobre la docencia en diseño. Tullia Bassani. Universidad Anáhuac. Pag.ii.

Hoy en día el diseño gráfico se está reduciendo en su mayoría a la impresión, a la digitalización de imágenes o al uso de programas de computadora, y no al nivel retórico y semiótico de la imagen, siendo que esto es la garantía de la profesión.

### **1.3 El futuro del diseño gráfico**

Al paso que lleva la profesión del diseño gráfico pareciera que a éste le espera solo el regreso de ser visto como oficio solo que ahora con otros instrumentos más avanzados como lo son la computadora y dispositivos de salida de la más alta tecnología.

La verdadera función y razón de ser de la profesión esta siendo dejada en manos de otras profesiones como la mercadotecnia y ello parece visualizar al diseño gráfico en un futuro en vías de extinción.

La globalización lo ha reducido a un simple sistema de códigos universales y estéticamente atractivo. El diseño solo parece que tendrá cavida en la masificación y en el consumismo.

La cultura individual cada vez es menos tomada en cuenta y el mundo se es visto como un todo con las mismas necesidades, gusto y preferencias y donde los mensajes visuales solo se limitan a competir con otros en términos de color, tamaño y originalidad.

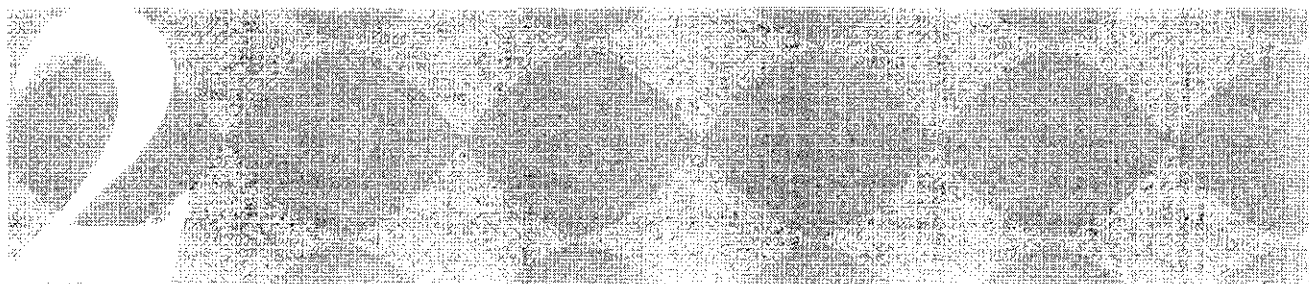
Mientras el diseño gráfico sea ejercido por personas que no valoran su funcionalidad, o bien que no razonan su hacer, con el paso del tiempo estará cabando su propia tumba, puesto que dejará de contribuir a la sociedad y entonces desaparecerá como una intrascendente moda.

La revolución digital por su parte nos lleva a gran velocidad a una vida digital y ello exige a los diseñadores adentrarse al conocimiento y práctica de sistemas cada vez más avanzados de tecnología, y se seguirá pensando que el diseño es el uso de dichas herramientas, que son solo eso, herramientas, como lo fue en su momento el pincel o el estilógrafo. Y si el diseño se limita a ello, fácilmente competirá con técnicos y profesionistas de sistemas computacionales.

La falta de concientización sobre el que hacer del diseño está llevando al diseño a pensar en un futuro incierto, que si no se concientiza que su hacer ayuda a la sociedad y no la contamina, que es necesaria y por tanto rentable, entonces con seguridad terminará.

“La introducción del ordenador en la escuela nos ha obligado a utilizar un lema, válido tanto para el presente como para el futuro, que dice: cualquiera que desee introducir las fascinantes posibilidades de la computadora en su trabajo diario debe poseer una consistente, fundamental y tradicional educación básica” 2:

2. Enseñar el diseño, en tipografía, comunicación para diseñadores. Rubén Fontana (Editor). Pag.26. Año IX, 1995. Argentina



## ***OBJETIVOS***

## **OBJETIVO**

Son tres aspectos los que reclama hoy en día la profesión del diseño gráfico:

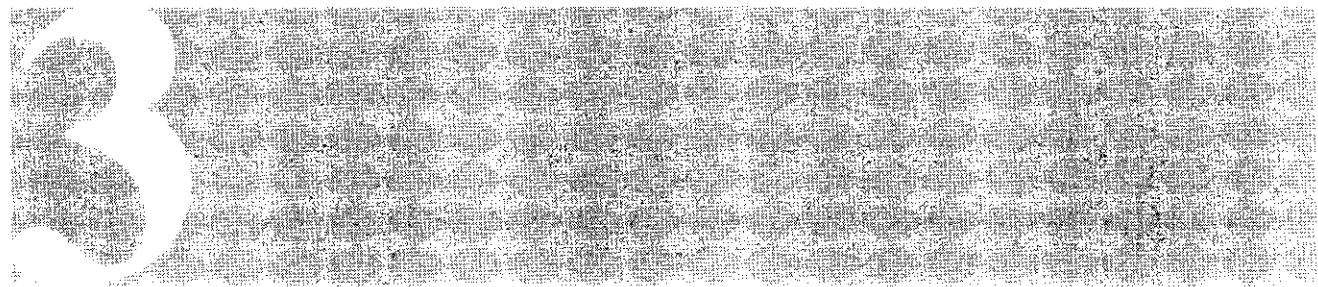
**Esclarecimiento de una definición del diseño gráfico**

**La satisfacción de la demanda del mundo real**

**La estructuración de programas de estudio**

que ciertamente al no verse resueltos aún, se convierten en una problemática que obstaculiza el crecimiento exitoso de la disciplina.

El objetivo es estructurar programas de estudio que formen profesionistas ubicados en un marco social que ofrezcan estrategias que satisfagan necesidades de comunicación, y que estos programas se estandaricen por una instancia pertinente en todas las escuelas que ofrezcan esta carrera a nivel profesional.



***DESARROLLO***

### 3.1 Esclarecimiento de la definición del diseño gráfico

#### 3.1.1 *El diseño gráfico desde la teoría de las cuatro causas (Aristóteles)*

Desde Aristóteles las cosas encuentran su razón de ser desde sus determinaciones. La consistencia principal de los objetos son la materia y la forma. Pero también los objetos tienen una causa eficiente, porque la materia prima, la potencia conformada en acto, no se da aislada en la naturaleza. Además el objeto debe tener un fin, una causa que defina aquello para lo que están hechas las cosas, esto es, la causa final.

El diseño gráfico como objeto material resultante debe ser definido desde las cuatro causas.

La causa formal de un objeto gráfico se deja ver en su expresión, la significación de su símbolo a través de la percepción visual. Es la causa que precede a la materia y le da sentido.

La causa material es como lo indica, la materia prima que lo hace visible, que lo constituye físicamente.

La causa eficiente de un objeto de diseño es aquello que concurre a su constitución, a su hechura, esto es, el diseñador mismo, es el elemento potencial para transformar la materia prima, y esto lo hace con base en un propósito, en una función, que es su causa final.

La causa final responde a tres exigencias básicas que son el cambio, el refuerzo y la facilitación de la comunicación, mismas que evaluarán la eficiencia o causa eficiente.

Al responder a esto resuelve problemas con la producción de la comunicación visual y logra modificar la conducta a través de la percepción.

Esta teoría de Aristóteles contribuye al esclarecimiento de la definición del diseño gráfico. Esta teoría comprueba que las causas de un objeto no se dan de manera aislada por tanto el diseño gráfico no es transformar por transformar, ni existir por existir, sino que tiene una función que busca ser eficiente.

### *3.1.2 El diseño gráfico como oficio*

Desde sus inicios el diseño gráfico ha estado ligado a la práctica únicamente. El saber utilizar ciertas herramientas con destreza y con ello crear un objeto es realizar una ocupación, pero es cumplir con reglas que puedan considerarse universales, y no puede darse la misma solución a todos los problemas, y más aún, no depende del resultado material la función de un diseño gráfico.

“El dibujo no caracteriza la actividad del diseñador, así como tampoco el trabajo del escritor puede ser caracterizado por apretar teclas de una máquina de escribir o de un computador”<sup>3</sup>

El diseño gráfico gesta su causa final en la mente del propio diseñador, mismo que resuelve problemas de comunicación que se ven reflejadas posteriormente en materia.

Cuando un diseñador actualmente hace un objeto de diseño que atrae por su originalidad, por su materia prima original y resistente, por su calidad de trazo y armado, y posiblemente hecho a una velocidad sorprendente por su habilidad para utilizar herramientas, seguramente la sociedad pensará: ¿que habilidad, que calidad, que originalidad ó que bueno es en esto!, claro está entonces, que puede ser confundida su actividad como oficio. El diseñador habrá logrado que cierto público se identifique con él, pero nunca logrará que otro público con distinto perfil se identifique.

3. Las 7 columnas del diseño. Gui Bonsiepe.  
Pag. 13 Cap. 8. Memo para la educación del  
diseño en los años 90.

El diseño gráfico no podrá ser visto como disciplina mientras se diseñe sin fundamentos que respalden el resultado material, mientras no se reflexione el por qué y el para qué. Claro está que es difícil, por la historia que precede al diseño, pero es el tiempo mismo el que hace la historia, por lo que entonces el problema persistirá mientras persista el oficio.

Si aún cuando la docencia deje de estar ligada a la práctica, pero en la realidad se sigue diseñando por la práctica, el diseño no alcanzará su nivel disciplinario.

### ***3.1.3 El diseño gráfico como profesión***

Cuando una persona reflexiona sobre su hacer e intenta explicar con fundamento en otras disciplinas, está ejerciendo con facultad su hacer, profesa, ejerce con permiso, con licencia, esto es, realiza una profesión.

El diseño gráfico como una profesión es una facultad que se ejerce, y como facultad se debe estar capacitado para ejercer y de esta capacitación depende el resultado final de lo ejercido.

“En el proceso de diseño se entrelazan diferentes tiempos: tiempo para producir, tiempo para relacionar, tiempo para reflexionar, tiempo para evaluar y elegir”. 4

Cuando una actividad se lleva a cabo regida por una reflexión y/o explicación, va generando habilidades de pensamiento que pueden llegar al nivel de disciplina adquiriendo conocimientos. “Graphic design is both a rational and an artistic activity”. 5

El diseño gráfico es una profesión que procesa acciones intelectuales para materializar una idea y con ello lograr la satisfacción de una necesidad de comunicación.

4. Diseñar diseñadores. Reflexiones sobre la docencia en diseño. Tullia Bassani. Universidad Anáhuac. Pág.iv.

5. . Design Issues. Graphic Design. Fine Art or Social Science?. Vol. V, Number 1. pag.26. Jorge Frascara.

### ***3.1.4 El diseño gráfico como disciplina***

Una disciplina está caracterizada por materia coherente, métodos o procesos y una comunidad de individuos. La disciplina es enseñanza o educación que involucra práctica y reflexión.

El desarrollo de habilidades de pensamiento enriquece de conocimientos a quien ejerce una profesión y puede llegar a disciplinarse.

El diseño gráfico como disciplina debe tener un cumplimiento puntual de los parámetros de una profesión, que aunque no se puede hablar de una metodología del diseño, pues no existe un solo diseño, si existe una articulación de teorías y un conjunto de elementos de diseño que son heterogéneos porque responden a necesidades de diferente índole.

Cuando el diseñador reflexione su hacer buscando siempre satisfacer necesidades de comunicación gráfica, irá desarrollando habilidades de pensamiento y obteniendo cada vez más conocimientos haciendo así de su actividad una disciplina.

## **3.2 La demanda del mundo real**

### ***3.2.1 Funcionalidad***

Las expectativas de un programa de estudios difícilmente están correspondiendo con la industria y las empresas.

Desde hace más de cinco décadas el arte dejó de tener trabajo dentro de una empresa hasta la exigencia de un segundo nivel después de la estética, la funcionalidad.

Más la sociedad en cinco décadas ha cambiado considerablemente y aún más en el concepto de la comunicación, por tanto, la exigencia pasó de la funcionalidad a la mezcla de las dos anteriores pero satisfaciendo necesidades de un público determinado. La segmentación y la satisfacción de necesidades secundarias o psicogenéticas se han convertido hoy en las demás peso, aunque no aisladas.

“Si bien es cierto que es importante conocer la dimensión semántica implícita en el diseño gráfico, no podemos evitar de ninguna manera la dimensión pragmática; no olvidemos que la semántica atañe principalmente a los sistemas de significación, mientras que la pragmática trata de los procesos de comunicación”.<sup>6</sup>

### *3.2.2 Comunicación visual*

La comunicación no solo es la transmisión de información, sino además la retroalimentación que provoca dicha transmisión. “The final objective of every communication design is some kind of behavioral change in a target population that occurs after the communication has taken place”.<sup>7</sup>

Este tipo de comunicación es la que demanda el mundo real.

La funcionalidad es lo más importante. Los mensajes simplificados son los más acertados en sociedades supersaturadas de información. “Nos hemos convertido en la primera sociedad del mundo que está supercomunicada. Cada año enviamos más mensajes y recibimos menos.”<sup>8</sup>

En la comunicación lo menos es más. En el diseño gráfico se debe tener presente que cuando el volumen de la comunicación se excede, la comunicación puede no llegar a cumplir su fin.

6. DX. Identidad en la multitud. El diseño gráfico entre las recetas. Francisco Calles. Pag. 32.

7. Design Issues. Graphic Design Fine Art or Social Science?. Vol. V, num 1 pag.26 Jorge Frascara.

8. Posicionamiento. Al Ries Jack Trout. Mcgraw Hill. Pag 1.

“El diseño está íntimamente ligado al lenguaje. Tiene sus fundamentos en el lenguaje”. 9

El lenguaje verbal es el modelo de todo sistema comunicativo y la función del diseño es comunicar, por tanto, si los hablantes de cualquier lengua deben conocer los elementos de su sistema y las reglas de uso de los mismos, los diseñadores gráficos deben conocer los elementos básicos, estrategias, elementos de enlace, fotografía, tipografía, color, etc. y sus reglas de uso (niveles de la semiótica).

En el lenguaje verbal existe una relación de signos con sus contenidos en cada circunstancia expresiva y las normas regulan las composiciones posibles entre los signos, esto quiere decir que cuando los elementos y las reglas cambian, cambia también el sistema. Entonces, si pensamos en el diseño gráfico, también en él existe una relación de signos que se da con el desarrollo de su contenido correspondiente en cada circunstancia y normas posibles de composición visual. Pero, ¿Qué sucede cuando cambia el sistema?, éste es el cambio que rara vez un diseñador detecta, y la comunicación no demanda ninguna reacción. Esto es lo que llamamos segmentación para la satisfacción de necesidades secundarias.

9. Las siete columnas del diseño. Gui Bonsiepe.  
Pag 7. Cap. 8. Memo para la educación del diseño  
en los años 90.

10. “Design policy for the 1990’s”. Design quarterly  
japan. 3, 1988, pag 12.

“La gente ya no basa sus decisiones de compra solamente en criterios tales como función, precio y seguridad. Ahora presenciamos una tendencia creciente a seleccionar productos en base a criterios secundarios tales como confort, calidez, elegancia y humor y manifestaciones personales de estilo de vida”. 10

### 3.2.3 ¿ *Se demanda la actividad y se oferta la profesión ?*

Mientras no se satisfaga la demanda del mundo real, continuará el problema ya tantas veces mencionado de: *se demanda la actividad y se oferta la profesión.*

Es lógico comprender que un empresario prefiera pagar menos a una persona, que pagar más a otra por hacer lo mismo.

Este problema es grave, pero ésta es la realidad.

Mientras no se satisfaga la demanda del mundo real, esto es, una comunicación visual funcional, la ley económica de la oferta y la demanda difícilmente podrá estar del lado del diseñador gráfico.

El diseño gráfico será valorado en relación al beneficio que ofrezca y el impacto que alcance, por ello es sumamente importante comprobarlo en la medida de lo posible. No se puede dar un valor a algo que no se conoce; algo no tiene valor cuando no trasciende, cuando no tiene una calidad que merezca aprecio, estimación, importancia o utilidad. No solo por el hecho de existir (materialmente) tiene un valor, debe tener una razón de ser, y de esta razón, se despliegan varios puntos a considerar para valorarlo y cuantificarlo, es decir, el análisis costo-beneficio.

El desfase entre oferta y demanda cada vez es mayor y la tarea de invertir la balanza es responsabilidad del propio diseñador.

### 3.3 Estructuración de Programas de Estudio

#### 3.3.1 *Las asignaturas y los programas de estudio*

“ La educación constituye el punto de partida de todo desarrollo personal y profesional posterior del alumno. A partir de ahí el individuo arrastra un bagaje conceptual....Este bagaje determina asimismo la valoración de su trabajo - de su profesión- por parte de la sociedad a la cual sirve” . 11

La función del diseño gráfico debe cambiar e interesarse por los productos sígnicos como objetos susceptibles de revelar conocimientos sobre la significación social de tales signos. Es importante que la articulación de un proyecto pedagógico base su método didáctico a partir de dicha realidad, ya que la visión que se tiene del diseño gráfico como “oficio” nace del mínimo prestigio intelectual que tienen las profesiones visuales en la escuelas y universidades.

Es indispensable que las asignaturas que se enseñan generen reflexión en los alumnos que sean capaces de dar sentido a lo que hacen.

El programa pedagógico sistemático debe fundamentarse en una conexión entre las materias y la definición de diseño gráfico y las exigencias demandantes del mundo real.

Las asignaturas básicas deben profundizar en la relación entre un signo y una palabra desde la perspectiva de la composición y significación visual, porque esto es relevante en el acto de la percepción y la valoración de lo percibido para la comprensión.

11. Del diseño. Zimmerman Yves.  
Barcelona, Editorial Gustavo Gili. 1998.  
pag. 33

El verdadero sentido de un programa pedagógico de diseño puede alcanzarse del esclarecimiento de la relación entre un receptor y una interpretación.

Partiendo de que el diseño gráfico es necesario en la sociedad porque es un medio de comunicación, esta gran razón de peso debe fundamentar su estructura como tal y no como otra cosa.

La relación del diseño gráfico y el lenguaje es tan íntima, que si este último es fundamental para crear la realidad, consecuentemente el diseño también lo es.

Con base en todas las exigencias del mundo, es importante considerar una renovación de la enseñanza del diseño.

Los programas de diseño deben integrar temas centrales tales como:

**Comunicación.** Relación emisor y receptor que da origen a una respuesta sistemática y nos lleva a una comprensión de la información.

Partir del lenguaje como modelo básico de comunicación dará las pautas para crear las reglas y sistemas de un lenguaje gráfico efectivo. Los mensajes tendrán códigos específicos estructurados con significado para el receptor. Los canales serán, solo el conjunto de condiciones materiales que permitan la transmisión del mensaje.

**Semiótica.** Niveles de la sintáctica, semántica y pragmática.

En la comunicación no hay verdades universales, por tanto, cualquier signo gráfico debe adquirir sentido y el pragmatismo es la regla para que las palabras tengan sentido. El proceso semiótico debe ser analizado antes de resolver cualquier problema de comunicación ya que todo pensamiento está en signos que se encuentran en red y son capaces de autoproducirse.

**Retórica.** Provocar acciones es comunicar y la oportunidad para transmitir un mensaje es fundamental. La retórica es una mezcla lógica de conocer el lenguaje y saberlo adecuar a la comunicación. La retórica contribuye a dar argumentos con elocuencia lógica que garantizarán la reacción esperada del receptor. Los modelos y técnicas de argumentación fundamentan una pieza de comunicación, por tanto la retórica y sus teorías forman parte de la articulación de las diferentes teorías para el diseño.

**Percepción visual.** Relación ojo, forma y factores externos. Todos los seres humanos vemos organizado un campo visual en formas y figuras y esto obedece tanto a efectos ópticos como a factores externos psicológicos. Las leyes de gestálticas identifican las propiedades figurativas que permiten la percepción de las formas. Estas leyes son de gran utilidad para el diseño gráfico y contribuyen también parámetros bases.

**Psicología del consumidor.** Desarrollo de investigación de mercados a nivel semántico/pragmático de todo diseño gráfico. La psicología estudia el comportamiento o conducta del hombre ante distintas situaciones y su por qué. La psicología comercial tiene el objetivo de lograr una comunicación eficaz investigando los factores intelectuales como: factores emocionales, actitudes, motivación, etc. Un estudio motivacional contribuye a establecer parámetros de estrategias de diseño para diferentes tipos de público, esto es, los estudios psicológicos constantes dan parámetros de preferencias, actitudes, motivaciones y percepciones bases para investigaciones dirigidas posteriores.

**Sociología.** Relación diseño gráfico y sociedad, consumidor y producto. El diseño gráfico es visto por la sociología como una prefiguración de la producción industrial avanzada que se activa dentro de un contexto socioeconómico para diferenciar el mercado global y las realidades locales. Si un diseñador no se ve inmerso en este tema, con el ejercicio de su profesión, caerá en la deculturación de su propia sociedad.

**Profesional y Empresa.** Comprensión del funcionamiento de las empresas y el papel del diseño gráfico en la gestión de las mismas. Toda sociedad empresarial tiene una imagen institucional e identidad gráfica para su promoción y posicionamiento, además de necesidades de comunicación interna y externa. Las demandas de la empresa están latentes en el mundo real. Toda empresa necesita de servicios rentables y profesionistas que contribuyan al funcionamiento de las mismas.

**Informática.** Surgimiento del profesional competente tanto para dominar el lenguaje como la gráfica. La causa eficiente del diseño gráfico exige un profesionista con herramientas de actualidad. El ritmo de la tecnología debe ser alcanzado por toda profesión.

**Globalización de mercados.** Inmersión en cambios imprevisibles de la tecnología y el mercado. Hoy la base de la economía es la globalización, misma que atraviesa todo lo social y acorta las distancias, la comunicación no tiene barreras y el diseñador gráfico como comunicador visual debe estar en los medios más efectivos de comunicación que la tecnología ofrezca.

Las asignaturas por si solas no bastan. El diseño empieza desde la enseñanza, es decir, se debe diseñar la enseñanza, el método. Se requiere llevar a cabo una organización de los contenidos de un tema a exponer con la intención de aprender del mismo. La separación de los contenidos de un tema o materia es el punto de partida para organizarlos con base a un objetivo.

La herramienta necesaria para realizar esta organización de contenidos será un análisis que nos permita enfocar los temas desde diferentes criterios.

Las diferentes estrategias son útiles para utilizar esta herramienta dependiendo del objetivo de la materia, sin embargo existe una estrategia muy completa que se basa en el criterio proposicional, el cual es básico porque tiene como guía las principales formas en que se expresa un pensamiento, esto es:

1. identificación de temas
2. distribución de temas
3. ordenación de temas
4. clasificación de temas
5. interrelación de temas

Siguiendo este criterio proposicional se puede lograr la delimitación de los temas centrales y el establecimiento de las materias o asignaturas.

### ***3.3.2 La comunidad académica***

El estudiante debe aprender una práctica evaluando la misma, es decir, debe darse cuenta de lo que quiere aprender a partir de las ventajas que le ofrece la misma.

Al instructor le corresponde transmitir y demostrarle al alumno que las reglas son aplicables a la práctica clarificándole la unión que existe entre el conocimiento general y los casos particulares, propiciando la reflexión en la acción.

El método de enseñanza aprendizaje debe contribuir al reconocimiento y madurez del diseño gráfico como disciplina con identidad propia. El estudiante debe aprender para desarrollar nuevas formas de pensamiento y a tomar decisiones eficaces en la acción.

Por otro lado, una vez propuestos los temas centrales que fundamentan el diseño gráfico y diseñado el programa de estudio, debe regularizarse y estandarizarse para todas las escuelas de diseño a nivel licenciatura por una instancia pertinente que rijas y certifique, para alcanzar el prestigio intelectual de la profesión en las escuelas y universidades.

### *3.3.3 Coordinación efectiva de las asignaturas*

El alumno generalmente cursa sus asignaturas desde un punto de vista independiente, es decir, la aprobación de las mismas se da comprobando el aprendizaje de cada una en particular, siendo que un aprendizaje efectivo se da comprendiendo la relación existente entre todas las asignaturas de la profesión.

Es importante una coordinación efectiva de las asignaturas, ya que al unirse en algunos temas, pueden duplicarse los conocimientos transmitidos, además de que los ejercicios e investigaciones pueden ser útiles de unas para otras.

El diseño gráfico es una profesión que procesa acciones intelectuales para materializar una idea y con ello lograr la satisfacción de una necesidad de comunicación. Por tanto las asignaturas son parte de alguna u otra manera del proceso de diseño gráfico, y la profesión debe ser vista como proceso. De esta manera el alumno generará habilidades de pensamiento obligándose a poner en práctica lo aprendido sobre una y otra materia en una tercera. Esta coordinación lo habilitará para realizar cualquier proyecto en el mundo real poniendo a prueba con garantía de funcionalidad todos los conocimientos adquiridos en su educación profesional.

La asignaturas deben ir ligando los temas centrales dentro del proceso provocando reflexión sobre su razón de ser, su utilidad:

. La categorización de ideas a través de las tricotomías de la semiótica genera documentación que respalda la idea materializada.

. La generación de cuadros semánticos a partir de la idea principal que el cliente quiere comunicar da las pautas para la elección de los elementos gráficos de la pieza de comunicación.

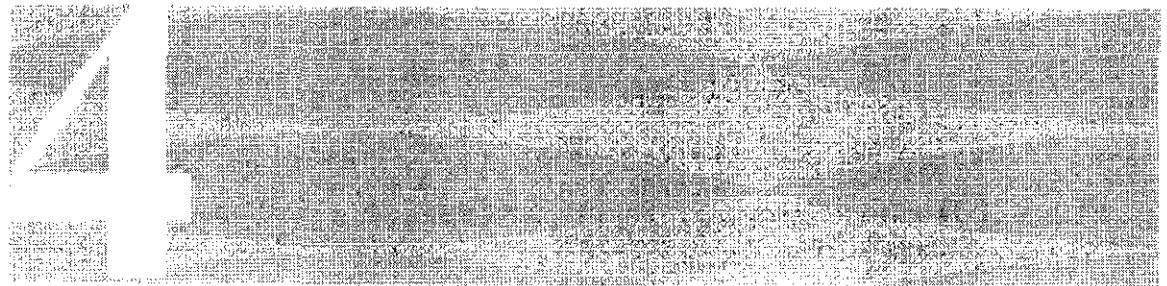
. El establecimiento de argumentos de retórica garantiza la oportunidad de la transmisión de un mensaje.

. Los conocimientos técnicos de software e informática materializan la idea con calidad y máxima cercanía al prototipo deseado.

. El diseño y uso de instrumentos de medición psicológica contribuye a la comprobación de resultados en pruebas piloto en cuanto a los aspectos de percepción y retórica visual.

Estas son algunas de las razones por las que hay que relacionar todas las asignaturas dentro de un proceso.

La coordinación efectiva de las asignaturas conforma la fundamentación de la profesión.



## ***CONCLUSIONES***

## CONCLUSIONES

El diseño es una profesión. Como profesión exige tener facultades para ejercerla y dichas facultades se dan precisamente con los conocimientos adquiridos para respaldar el ejercicio.

Los procesos que involucra el diseño gráfico generan habilidades de pensamiento y esto puede elevar a nivel disciplinario la profesión, sin embargo, los aspectos que reclama hoy en día la profesión obstaculizan su crecimiento, y si en algo contribuyen es al retroceso de ser vista como un oficio con herramientas de tecnología avanzada.

Sin duda en la mayoría de las escuelas de diseño gráfico en México se sigue considerando que el diseño gráfico tuvo su origen hace muchos años atrás, desde el registro más antiguo de la información visual con tendencias artísticas, siendo que solo existe relación en cuanto a técnicas de representación y no en cuanto a la funcionalidad del diseño como tal. Y, si el diseño se inserta en un proceso comunicativo entendido éste como la interacción de dos personas mínimo, no se puede evitar entonces considerar la dimensión pragmática del diseño gráfico, y con base en esto se debe empezar a diseñar desde los programas de estudio en la escuelas de diseño gráfico.

El diseño de programas de estudio con base en las demandas del mundo real y la coordinación efectiva de asignaturas reafirman la razón de ser de la profesión del diseño gráfico.

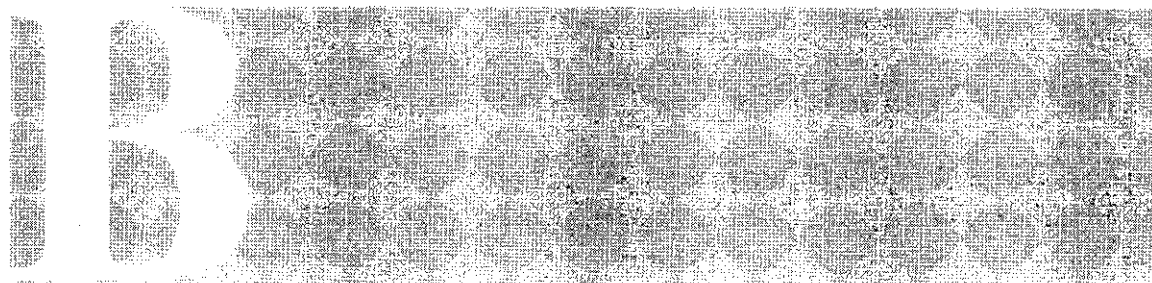
Así pues, no se puede continuar diseñando con base en dogmas semánticos preestablecidos, debido a que los significados toman diferentes valores según tiempo y espacio en que se de su interpretación.

El diseño gráfico tiene límites en sus acciones que se deben respetar y atender dando el lugar debido a la interdisciplinariedad.

El proceso de diseño es complicado y productivo, hay bastante por hacer en sus diferentes fases que puede fundamentar cualquier trabajo. Conlleva inversiones de tiempo tangible e intangible mismo que produce beneficios que dan valor a la profesión.

El reto para diseñar diseñadores es dar solución no solo al cómo, sino al porqué y al para qué o debido a qué se diseña, es decir, la razón del diseño, ya que el diseñar es la aplicación de habilidades de comunicación pensando y abstrayendo. Sólo así enseñaremos a diseñar.

Definiendo el diseño gráfico, diseñando programas de estudio fundamentados y estandarizando todo lo anterior, se logrará alcanzar el reconocimiento intelectual de la profesión del diseño gráfico.



## ***BIBLIOGRAFIA***

## **BIBLIOGRAFIA**

Bassani, Tullia

“DISEÑAR DISEÑADORES”

Reflexiones sobre la docencia en diseño en el suplemento

La enseñanza de los Diseños de En Síntesis

Año 9, núm. 27, otoño 1998, UAM Xochimilco.

Bonsiepe, Gui

“LAS 7 COLUMNAS DEL DISEÑO”

México, UAM Azcapotzalco, 1993.

Gerstner, Karl

“DISEÑAR PROGRAMAS”

Barcelona, Editorial Gustavo Gili, S.A., 1979.

Hernández, Pedro

“DISEÑAR Y ENSEÑAR”

Teoría y Técnica de la Programación y del Proyecto docente

Madrid, Narcea, S.A. de Ediciones, 1995.

Schön, Donald A.

“LA FORMACION DE PROFESIONALES REFLEXIVOS”

Hacia un nuevo diseño de la enseñanza y el aprendizaje en la profesiones

España, Ediciones Paidós, 1992.

Zimmermann, Yves

“DEL DISEÑO”

Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1998.

Jorge Frascara  
DESIGN ISSUES.  
Graphic Design: Fine Art or Social Science?

Al Ries Jack Trout  
Posicionamiento  
Macgraw Hill

DESIGN POLICY FOR THE 1990s  
Design quartely japan  
1998.

Rubén Fontana.  
ENSEÑAR EL DISEÑO,  
en tipográfica, comunicación para diseñadores.  
1995. Argentina