



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
UNIDAD XOCHIMILCO
DIVISIÓN DE CIENCIAS Y ARTES PARA EL DISEÑO

MAESTRÍA EN CIENCIAS Y ARTES PARA EL DISEÑO
ÁREA 1: TEORÍA E HISTORIA CRÍTICAS

LA TRANSFORMACIÓN DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL DEL DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

PANORAMA ACTUAL Y PROSPECTIVA DE LA PROFESIÓN EN LA SOCIEDAD
CONTEMPORÁNEA DEL SIGLO XXI EN MÉXICO. ESTUDIO A PARTIR DE
PROFESIONISTAS EGRESADOS DE LA UAM XOCHIMILCO

**Idónea Comunicación de Resultados que
para obtener el grado de Maestría presenta:**

Carmen Vania Bartolini Villanueva

Tutor: Dra. Diana Elena Barcelata Eguiarte

Coordinador de área: Dr. Alejandro Ochoa Vega

Lector: Dra. Dulce María García Lizárraga

Ciudad de México, diciembre 2021



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
UNIDAD XOCHIMILCO División de Ciencias y Artes para el Diseño

Ciudad de México 24 de noviembre de 2021

DRA. JUANA MARTÍNEZ RESÉNDIZ
COORDINADORA DEL PROGRAMA DE MAESTRIA
EN CIENCIAS Y ARTES PARA EL DISEÑO
Presente.

Me permito comunicar a usted que a solicitud del alumno (a): **Carmen Vania Bartolini Villanueva**, del Programa de Maestría en Ciencias y Artes para el Diseño, he revisado y confirmo que la Idónea Comunicación de Resultados (ICR)/Tesis: *“La transformación de la práctica profesional del diseño de la comunicación gráfica. Panorama actual y prospectiva de la profesión en la sociedad contemporánea del siglo XXI en México. Estudio a partir de profesionistas egresados de la UAM Xochimilco”* es la versión final, contiene el resumen, las palabras clave y cumple con los requisitos para formar parte del repositorio institucional de la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco.

Atentamente

Diana Elena Barcelata Eguiarte
Nombre y firma del Director (a) de ICR/Tesis.

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| CAPÍTULO I: CONTEXTO SOCIOHISTÓRICO DEL DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA | 12 |
| 1. El esquema de la sociedad contemporánea. Nociones y características. | 12 |
| 2. Estructura de la sociedad, tres pilares fundamentales: industria, tecnología y economía | 15 |
| 3. El pensamiento complejo | 19 |
| 4. Origen, desarrollo y hechos destacados de la profesión | 23 |
| 5. La tercera revolución industrial y la irrupción de la computadora en el diseño | 25 |
| 6. La profesión del diseño gráfico en México | 28 |
| CAPÍTULO II: LA TRANSFORMACIÓN DEL DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA | 31 |
| 1. Definición. Aproximaciones a la noción de diseño | 31 |
| 2. La transformación y complejidad de la práctica profesional: diseñar hoy | 35 |
| 3. Profesionistas egresados de la UAM Xochimilco | 39 |
| CAPÍTULO III: ANÁLISIS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL DE LOS EGRESADOS DE LA UAM-X | 42 |
| 1. Consideraciones metodológicas | 42 |
| 1.1 Objeto de transformación y población muestra | 43 |
| 2. Recolección de datos | 46 |
| 2.1 Técnica de recolección de datos | 46 |
| 2.2 Diseño de entrevistas | 46 |
| 2.2.5 Sujetos entrevistados | 51 |
| 3. Análisis del discurso: resultados | 51 |
| 3.1 Categoría I: Formación | 52 |
| 3.2 Categoría II: Significados | 54 |
| 3.3 Categoría III: Proceso | 56 |
| 3.4 Categoría IV: Factores de transformación | 58 |
| 3.5 Categoría V: Actualidad | 60 |
| CONCLUSIONES: APROXIMACIONES FINALES | 64 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 69 |

RESUMEN

El presente proyecto de investigación aborda el contexto actual en el que se desarrolla la profesión del diseño de la comunicación gráfica en el marco de la sociedad mexicana contemporánea, tomando como referencia los factores y características que la conforman y transforman. Los elementos que se analizan, —que se observan desde el pensamiento complejo—, tales como el mercado, la tecnología, la cultura, la industria y las demandas de la misma sociedad, también han transformado a la profesión, lo que da como resultado un *diseño cambiante*, que se ha adaptado a los requerimientos de su entorno con el objetivo de satisfacer sus necesidades.

Para aportar elementos que ayuden a comprender esta dinámica compleja que atraviesa el diseño de la comunicación gráfica, se tomó como referencia de estudio a profesionistas egresados de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco. A través de su experiencia en el campo laboral y de su percepción sobre los cambios que transforman diariamente a la disciplina, se plantea un análisis de la práctica profesional, con la finalidad de esclarecer su panorama actual y presentar una prospectiva, lo que incluye no sólo aciertos y beneficios, también debilidades y problemáticas que deben ser atendidas para continuar mejorando no sólo la profesión, sino también la formación de los futuros diseñadores de la comunicación gráfica.

Palabras clave: Diseño de la comunicación gráfica, práctica profesional, sociedad mexicana contemporánea, complejidad, transformación, profesionistas egresados de la UAM Xochimilco.

AGRADECIMIENTOS

Esta singular travesía ha estado llena de experiencias, pero, sobre todo, de muchas personas que me han acompañado durante todo el trayecto y a quienes no puedo dejar de agradecer por su cariño, orientación y apoyo.

El primer gran agradecimiento va dedicado a mi mamá, por siempre creer en mi, por ese ánimo con el que indudablemente te sumas a todas mis aventuras y por enseñarme a no desistir hasta alcanzar la meta. Todas mis brazadas son para ti. A mis hermanas y a mi sobrina: Pamela, Majo y Vale, no podría pedir mejores amigas y confidentes, gracias por estar. A mi abuelo, a quien sé que le habría alegrado muchísimo acompañarme en este logro, gracias por tu sabiduría, cariño y por inspirarme. A Gonzalo Becerra Prado, profesor y gran amigo, quien me dio ese primer empujoncito para estudiar una maestría, gracias por su incondicional apoyo y por impulsarme a seguir creciendo.

Por supuesto, también quiero agradecer a los excelentes profesores que me han acompañado durante todo este proceso: A mi tutora, la Dra. Diana Elena Barcelata Eguiarte, gracias por ser mi guía y compartir tu tiempo, conocimiento y entusiasmo. A la Dra. Juana Martínez Reséndiz, a la Dra. Dulce María García Lizárraga, al Dr. Alejandro Ochoa Vega, al Mtro. Luis García Galiano, al Dr. Roberto Padilla Sobrado, al Dr. Francisco Pérez Cortés, a la Dra. Martha Flores Ávalos, al Dr. Gerardo Kloss Fernández del Castillo y al Dr. José Luis Lee Nájera, agradezco por su inigualable orientación y apoyo. También agradezco a Arturo Velázquez, Nico Zarco, Ericka Cortés e Israel Isidro, sus aportaciones resultaron más que valiosas para concretar este trabajo de investigación.

Por último, quiero agradecer a mi alma máter, la Universidad Autónoma Metropolitana, por ser mi segundo hogar y recibirme una vez más entre sus aulas para concretar esta aventura.

INTRODUCCIÓN

El diseño es una actividad fundamental para la vida del ser humano, para su desarrollo y evolución (Heskett, 2005). En la época contemporánea, en especial, podemos encontrarla prácticamente en todo aspecto que conforma nuestra existencia (Campi, 2020). Gracias al diseño es que hemos creado y configurado el entorno en el que vivimos y por el que transitamos, por lo que hoy en día es imposible imaginar un mundo sin el quehacer del diseñador como el actor que se encarga de llevar a cabo dicha tarea.

Aunque podría parecer sencillo visualizar aquello a lo que consideramos diseño, definir a detalle la práctica y todo aquello que la conforma es un verdadero reto al que nos enfrentamos. Esto se debe en gran medida a la variedad de significados y funciones con los que se ha dotado a esta actividad (Frascara, 2000), –sin mencionar todos aquellos componentes, técnicas y complementos que la conforman–, lo que da como resultado una actividad altamente compleja, que se relaciona con muchas otras áreas de conocimiento (Pérez, 2003; Morales y Cabrera, 2017).

Comprender lo que significa hoy en día diseñar es una tarea que requiere del análisis no sólo de la profesión y su historia, sino de la sociedad y cultura en la que actualmente se encuentra inscrita, así como de las nuevas tecnologías con las que se apoya la práctica (Campi, 2020). Como todo en la vida, el diseño de la comunicación gráfica también ha evolucionado, pues es un proceso que se ha sometido a transformaciones profundas y constantes. Este no es un hecho aislado y se puede asegurar que mantiene una estrecha relación con los cambios que han

configurado la sociedad en la que vivimos hoy en día; sociedad que se encuentra altamente conectada, idealmente actualizada (Pérez, 2003) y en la que mantenernos a la vanguardia pareciera un requisito indispensable para comprender y transitar el contexto en el que nos encontramos.

Aunque es cierto que el diseño ya ha atravesado por muchos otros cambios y transformaciones a lo largo de su historia, hasta lograr la consolidación más formal que conocemos hoy, no se puede negar que en las últimas décadas la práctica se ha modificado a pasos enormes y a gran profundidad, debido a los cambios que atañen a la sociedad de nuestros días (Kopp, 2018). La globalización, las altas demandas y las nuevas tecnologías han invadido los campos del diseño, dirigiendo su práctica a lugares antes insospechados, pero que hoy en día son una realidad (Campi, 2020; Pérez, 2003). Así como podemos considerar los grandes avances que estos factores imprimen en el quehacer profesional, debemos reconocer aquello que no la ha beneficiado y que constantemente la pone en riesgo.

Por lo tanto, el objetivo principal que persigue la presente investigación es analizar la transformación de la práctica profesional del diseño de la comunicación gráfica, los factores que influyen en dicha transformación y sus efectos en la misma, en el marco de la sociedad contemporánea del siglo XXI en México.

Para lograrlo, en primer lugar, corresponde definir el significado de la actual práctica profesional del diseño de la comunicación gráfica, en segundo lugar, determinar los factores de la sociedad contemporánea que influyen en la transformación de la práctica profesional y, por último, evaluar el estado de las prácticas en las que se desenvuelven los profesionistas del diseño. Para este último se tomará como referencia de estudio la experiencia y perspectiva de los profesionistas egresados de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica de

la UAM Xochimilco, para conocer cómo se ha transformado su práctica ante la complejidad de la sociedad contemporánea y lo que esto supone para el profesionista y la profesión.

La finalidad es presentar un panorama de lo que actualmente ocurre en la profesión, así como sus características generales, los retos a los que se enfrenta, finalmente, para visualizar hacia dónde se dirige como profesión y lo que le puede esperar. Debido al ritmo y a la velocidad en la que transcurre todo en nuestra actualidad, resulta de vital importancia delimitar la práctica y detectar aquello que la pone en riesgo, esto para buscar alternativas con las que podamos salvaguardar el valor del diseño y darle una mejor visibilidad como la práctica tan fundamental que es para la vida del ser humano.

Justificación

El diseño de la comunicación gráfica, hoy en día, puede ser considerado como una práctica bastante consolidada. No obstante, al tratarse de una profesión relativamente nueva, todavía enfrenta muchos obstáculos en su camino, no sólo por su propia complejidad, sino también a la complejidad que atiende al responder directamente a las necesidades de la sociedad contemporánea, misma que día a día se transforma y renueva sin precedentes. Esto sin mencionar la gran diversidad de prácticas y significados que atañen al diseño, hacen difícil su comprensión y reconocimiento, por lo que muchas veces nos enfrentamos a una escasa valorización de nuestro quehacer profesional.

Por estos motivos, no pierde relevancia el realizar una investigación que proponga un análisis del estado actual de la práctica y el futuro al que se dirige, en especial, ante los profundos e inmediatos cambios a los que nuestra misma sociedad

se enfrenta en lo cotidiano y que impactan directamente en la actividad de los diseñadores.

Debemos reconocer la importancia de continuar renovando y mejorando nuestra práctica profesional, esto con la intención de mantenerla vigente, funcional y relevante. Encaminarnos hacia aquello que en la actualidad necesita ser atendido con urgencia y que, desde el campo del diseño, se puede lograr. Los diseñadores, como operadores culturales, podemos brindar una gran cantidad de aportaciones, conocimientos y beneficios al mundo que nos rodea, pero esta tarea no siempre ha sido sencilla y bajo las circunstancias actuales en las que vivimos, continuará siéndolo.

Este trabajo de investigación pretende describir este panorama con la finalidad de ayudar a esclarecer las condiciones a las que los profesionales del diseño se enfrentan hoy día y que son relevantes para el futuro de la práctica. Muchos son los factores que constantemente impactan y transforman nuestro campo y, si deseamos tener las herramientas para enfrentarlos, en primer lugar, nos corresponde reconocerlos. Esta contribución pretende ahondar en lo reciente que acontece, puesto que de ello depende la evolución de nuestra, todavía invisibilizada y joven, profesión.

Es de suma importancia continuar innovando nuestra disciplina, misma que se favorece de nuevas investigaciones que sean capaces de presentar la realidad en la que vivimos. Esta aportación se dirige a buscar soluciones y oportunidades que se podrán implementar a futuras generaciones de diseñadores, no sólo en la práctica, sino en la misma educación del diseño.

Recursos teóricos y metodológicos

Para alcanzar el objetivo que persigue esta investigación, resulta necesario recurrir a conceptos, definiciones y teorías que sirvan como hilo conductor en el desarrollo de este proyecto. En el siguiente apartado se presentan de forma general los autores y sus perspectivas que conforman el marco teórico conceptual con el que se limitó la investigación y que serán expuestos durante los próximos capítulos del trabajo. A continuación, se expresa a manera de tabla:

| Concepto | Autor | Noción |
|--------------------------------------|---|---|
| Complejidad y sociedad contemporánea | <ul style="list-style-type: none">• Ignacio Izuzquiza (2003)• Francisco Pérez (2003) | Sociedad, tecnología, economía y pensamiento complejo |
| | <ul style="list-style-type: none">• Edgar Morin (2005, 2006)• Ignacio Izuzquiza (2003) | Pensamiento complejo |
| | <ul style="list-style-type: none">• Zygmunt Bauman (2015, 2016) | Sociedad líquida |
| Diseño de la Comunicación Gráfica | <ul style="list-style-type: none">• John Heskett (2005)• Isabel Campi (2020)• Bases Conceptuales de la División de Ciencias y Artes para el Diseño de la UAM-X. | Significado y fundamentos del diseño |
| | <ul style="list-style-type: none">• Francisco Pérez (2003, 2019)• Rudinei Kopp (2018)• Raquel Pelta (2004)• Jorge Frascara (2000) | Diseño contemporáneo, diseño cambiante y práctica profesional |
| Análisis del discurso | <ul style="list-style-type: none">• Teun van Dijk | Significados del discurso y contexto |

Tabla 1. Marco teórico. Elaboración propia.

Por otra parte, esta investigación presenta un enfoque de tipo cualitativo, al abordar los significados, experiencias y perspectivas con relación a la transformación y complejidad de la práctica profesional actual y el contexto en el que se desarrollan. El análisis planteado se aborda desde la fenomenología y la interpretación que servirán para comprender la experiencia del fenómeno de transformación de la práctica

profesional a partir de la perspectiva de los profesionistas egresados de la UAM Xochimilco. Se llevaron a cabo entrevistas semi-estructuradas a profundidad, utilizando categorías y temas de discusión que más tarde sirvieron como categorías de análisis para la presentación de resultados.

El característico sistema modular de la UAM-X, que acentúa la importancia de la investigación en la formación de sus profesionistas, otorga un perfil específico a los egresados, motivo por el que se les tomó como población de estudio para esta investigación.

Contenido de los capítulos

Este análisis se enfoca en la transformación del diseño de la comunicación gráfica en el contexto de la sociedad contemporánea mexicana, por lo que en el capítulo uno, en primer lugar, se plantea el escenario actual de la sociedad de nuestros días. Este contexto incluye los conceptos de industria, tecnología y economía, como los tres pilares que conforman y definen la sociedad de nuestros días. También se rescata el concepto de “modernidad o sociedad líquida” para caracterizarla y el pensamiento complejo como una aproximación para comprender estas dinámicas. A continuación, se presenta un breve recorrido histórico del desarrollo del diseño como una disciplina profesional, haciendo énfasis en los momentos clave más importantes para su consolidación hasta la actualidad.

El segundo capítulo expone el origen de la palabra diseño y algunas aproximaciones a sus definiciones y áreas de especialidad, las características y componentes de la práctica profesional, así como su cualidad de “cambiante” o de “transformación” y la complejidad que presenta actualmente la profesión en el

contexto de la sociedad contemporánea mexicana que hacen del diseño una actividad altamente compleja y especializada.

En el capítulo tres se presenta todo el desarrollo del proceso metodológico que condujo la investigación para alcanzar sus objetivos. Posteriormente, se expresan estos descubrimientos a través de categorías en análisis, que retoman el discurso de los participantes en las entrevistas para comprender su experiencia.

Por último, se plantean las consideraciones finales del trabajo, los hallazgos y reflexiones en torno al panorama actual de la práctica profesional del diseño de la comunicación gráfica, así como sugerencias y aportaciones que pueden contribuir a mejorar la visibilidad de la profesión y a mejorarla.

Estado del arte

Los retos de nuestra época nos solicitan un análisis de los cambios y transformaciones que constantemente vivimos. Hoy en día, la tecnología ha invadido prácticamente cada aspecto de nuestras vidas, una sociedad de por sí compleja y repleta de nuevos paradigmas. Por lo tanto, no podemos negar la influencia de estos factores en las actividades que día con día llevamos a cabo, lo que se traslada también a nuestras prácticas profesionales.

En el campo del diseño, por ejemplo, en este escenario en particular, “la transformación de las prácticas y tradiciones académicas y profesionales obliga a la reflexión sobre las perspectivas y enfoques que orientan el desarrollo de las disciplinas, así como las necesidades en la formación de profesionales en el campo del diseño” (Rodríguez y Espínola, 2016, p. 445). Los grandes avances de la tecnología y la inmediatez en la que ocurren los cambios y transformaciones son cada vez más rápidos. De tal manera que, como una actividad que no deja de renovarse, el diseño debe mantenerse siempre a la vanguardia, lo que trae consigo indudablemente la exigencia de mantener a sus profesionistas al día con todo lo nuevo que acontece. Por supuesto, esta tarea no es sencilla, mucho menos en un esquema en el que nuestro quehacer es cada vez más complejo, por el mismo contexto en el que se desarrolla y al cual atiende. “Nuevos soportes tecnológicos, formatos y maneras de interactuar, requieren una visión más compleja [...] para comprender su impacto en el contexto de la cultura contemporánea” (Rodríguez y Espínola, 2016, p. 446).

En suma, nos encontramos ante una gran diversidad de elementos que constantemente transforman nuestra práctica profesional y, por lo tanto, requerimos de un análisis que nos permita reflexionar e identificar todos estos cambios para

obtener un panorama del estado actual de la profesión, sus alcances, limitantes y nuevos retos. Estas características son las que deben determinar el perfil profesional de los Diseñadores de la Comunicación Gráfica. Aunque Rodríguez y Espínola (2016) enfocan este panorama al campo de hipervisualidad y a la producción de imágenes, lo mismo aplica a la práctica del Diseño de la Comunicación Gráfica en general. Por lo tanto, existe una “necesidad de repensar la formación y la práctica profesional en el campo del diseño” (p. 447).

En este punto es importante recalcar que no es la primera vez que acontece una transformación de este tipo. El diseño no ha dejado de evolucionar —a la par que la vida del mismo hombre— y cada época ha significado nuevos avances y retos. Hoy nos corresponde averiguar los de nuestra actualidad. “No sólo la tecnología se vuelve más compleja, sino también el tipo de problemas que los diseñadores enfrentan, por lo que la cantidad y la naturaleza de los conocimientos que se requieren para generar soluciones pertinentes debe responder a estos nuevos escenarios” (Rodríguez y Espínola, 2016, p. 450). Estos mismos autores consideran que en el pensamiento complejo todavía no se contempla del todo el ámbito del diseño, por lo que resulta más que necesaria una reflexión al respecto.

Sin mencionar que, de acuerdo con Morales y Cabrera (2017), el diseño, al ser una disciplina todavía muy joven, su estudio “se ha centrado fundamentalmente en su comprensión como ejercicio, [...] que principalmente ha remitido a la elucidación de las etapas involucradas. Sin embargo, puede afirmarse que la investigación acerca de sus bases epistémicas es prácticamente inexistente” (p. 3).

Posiblemente, esto ha contribuido a que todavía no se contemple una visión compleja en las áreas del diseño. Se debe reconocer que la misma complejidad de la sociedad en la que se desenvuelve la práctica, continuamente impacta y transforma

el quehacer profesional, que a su vez complejiza el proceso de diseño. Los profesionistas del diseño, sin esta perspectiva, podrían no estar del todo preparados para enfrentarse al calibre de las problemáticas y demandas de la sociedad contemporánea.

Si bien es cierto que esta transformación no es reciente, Morales y Cabrera (2017) sitúan a la verdadera transición de diseño gráfico durante las décadas de 1960 y 1970, como una “paradigmática transición, [...] resultado de un entorno general caracterizado por la creciente complejidad, la cual ha incidido en la necesidad de apuntalar el desarrollo del diseño como una disciplina con respaldo epistemológico acorde con la complejidad de la realidad”. Por lo tanto, hoy día se percibe mucho más evidente, sin mencionar que esta perspectiva de la complejidad podría acercar a la disciplina a un enriquecimiento en su base epistemológica, además del quehacer práctico, que bien hace falta.

Es indispensable que las prácticas de diseño se adapten a la complejidad de nuestro tiempo. Complejidad teórica y metodológica, complejidad de la producción y del mercado mundial, del consumidor y de la competencia, de los lenguajes numéricos y de las necesidades sociales.

Por eso es conveniente elaborar hoy día un diseño con carácter integral, que incorpore en sus propuestas todo el saber, los conocimientos y los avances tecnológicos de la época. (Pérez, 2003: 8).

De esta forma, se pretende otorgar al diseño el reconocimiento como profesión formal que tanto requiere, una visibilización de su papel en nuestra sociedad contemporánea, y de lo que Pérez (2003) menciona como “el deber ser del diseño en nuestra época”, en la que se exige a las prácticas profesionales este carácter complejo, inter y transdisciplinario, pues sólo de esta manera estará a la altura de la sociedad en la que se desarrolla. Para reconocer aquello que requiere el profesionista

para adaptarse a los profundos cambios y transformaciones de la actualidad, se debe revisar precisamente este complejo panorama. Sólo de esta manera podremos continuar enriqueciendo nuestra actividad profesional.

CAPÍTULO I: CONTEXTO SOCIOHISTÓRICO DEL DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

1. El esquema de la sociedad contemporánea. Nociones y características.

Vivimos inmersos en un mundo caótico, en el que la sociedad y la cultura se han expandido y se han vuelto más complejas a pasos enormes, lo que genera a su vez una mayor dificultad para comprender los cambios frenéticos a los que día a día nos enfrentamos. Los paradigmas duran cada vez menos tiempo, víctimas de estos avances tan acelerados que transforman a la sociedad y a los individuos. La ciencia y la tecnología han condicionado nuestra forma de vida, aunada con una cultura material que cada vez se ve más inmersa en el consumo y una obsolescencia cada vez más rápida (Salinas, 2005).

El esquema de globalización en el que nos encontramos propone una extensa conexión de redes, los cambios que antes podían verse de forma gradual ahora se presentan de golpe por la inmediatez con la que vivimos. Los ritmos de nuestra vida se han transformado considerablemente, junto con las comunicaciones y la información, que están modificando las relaciones económicas, sociales y políticas, a un punto prácticamente irreversible. (Salinas, 2005). El resultado de todas estas dinámicas complejas deriva en un nuevo tipo de sociedad, más diversa, más conectada, con muchas más necesidades y, por lo tanto, mucho más difícil de satisfacer.

En este mundo de objetos, productos, cosas, imágenes e informaciones, se superponen al menos tres modelos económico-sociales, que han sido denominados de la siguiente manera: sociedad de consumo, sociedad de comunicación y actualmente sociedad de conocimiento. Es este orden productivo complejo, lo que sirve de base al desarrollo de la vida contemporánea. (Pérez, 2003, p. 42).

Comenta Pérez (2003) que la vida del hombre contemporáneo se ha vuelto mucho más compleja y turbulenta, una transición en la que tenemos la impresión de vivir en un mundo que se desarrolla sin nosotros y que nos rebasa y provoca incertidumbre, una realidad que produce miedo y esperanza a la vez.

Aunque bien es cierto que la sociedad de consumo no es un modelo reciente, ha despegado todavía más con el auge de las nuevas tecnologías, la industria y la publicidad, mismos elementos que traen consigo la consolidación de la sociedad de comunicación y del conocimiento. Hoy en día, por ejemplo, no podemos imaginar un mundo en el que no estemos conectados en todo momento. Esta accesibilidad que proporcionan los medios de nuestro tiempo, además, nos abren la puerta a infinidad de conocimientos que ahora más que nunca están a nuestro alcance. “La vida entonces del hombre contemporáneo se balancea entre la materialidad de los objetos y la inmaterialidad de los bienes, servicios, conocimientos e informaciones” (Pérez, 2003, p. 45).

1. 2. Sociedad líquida

Otro término con el que podemos describir la sociedad en nuestros días es el acuñado por el sociólogo y psicólogo Zygmunt Bauman: modernidad o sociedad líquida. Este concepto retrata la realidad en la que vivimos actualmente, un escenario sin precedentes y que trae consigo una sensación de incertidumbre por los tiempos que vendrán ante los acelerados cambios que se presentan día con día y que cada vez se nos dificultan más asumir. Bauman (2015) utiliza como metáfora la condición de los sólidos y líquidos (y sus características) para explicar la etapa actual de la era moderna:

...todas estas características de los fluidos implican que los líquidos, a diferencia de los sólidos, no conservan fácilmente su forma. Los fluidos, por así decirlo, no se fijan al

espacio ni se atan al tiempo. [...] ...los fluidos no conservan una forma durante mucho tiempo y están constantemente dispuestos (y proclives) a cambiarla (p. 5).

Por lo tanto, se considera que las estructuras sociales actuales han dejado atrás su cualidad sólida, misma que se ha desvanecido en un intento de búsqueda a una nueva solidez, duradera y mejorada, para dejar atrás las antiguas estructuras deficientes y defectuosas. No obstante, la transición como tal no logró ese ideal y, en cambio, dejó completamente desnuda y expuesta la compleja trama de relaciones sociales de nuestros días (Bauman, 2015).

El paso de la fase «sólida» de la modernidad a la «líquida»: [...] una condición en la que las formas sociales, ya no pueden (ni se espera que puedan) mantener su forma por más tiempo, porque se descomponen y se derriten antes de que se cuente con el tiempo necesario para asumirlas y, una vez asumidas, ocupar el lugar que se les ha asignado (Bauman, 2016, p. 9).

El resultado, en todo caso, nos ayuda a comprender la forma en la que acontece nuestro tiempo y el por qué hoy en día vivimos a un ritmo tan acelerado, que a veces incluso nos sobrepasa. Esta condición o nueva cualidad que caracteriza nuestra sociedad retrata no sólo la constante necesidad de transformación a la que nos hemos acostumbrado, también a la incapacidad de asumir ciertas formas porque, así como llegan, desaparecen. Por supuesto, así también podemos comprender que todo ámbito de nuestras vidas ha seguido este mismo curso y si a esto, sumamos el papel de la industria, la tecnología y la economía, podemos darnos una idea de por qué nos encontramos, hoy más que nunca, en una sociedad compleja, llena de estructuras y redes, en constante evolución y transformación, que no parece tener un límite y tampoco, un fin.

2. Estructura de la sociedad, tres pilares fundamentales: industria, tecnología y economía

Como hemos mencionado con anterioridad, para lograr comprender la dinámica de nuestra sociedad actual, se deben tomar en consideración aquellos factores que primordialmente la conforman y que definen sus rasgos y comportamiento. Estos son la economía, la tecnología y la industria, los tres poderes de la sociedad de nuestros días. Bien es cierto que estas tres referencias son antiguas y su presencia ha acompañado la formación de las sociedades modernas, pero han sufrido indudables transformaciones hasta configurar la sociedad de nuestros días (Izuzquiza, 2003).

Estos tres pilares o poderes, como los reconoce Izuzquiza, se encuentran estrechamente relacionados, por lo que sin su análisis somos prácticamente incapaces no sólo de comprender el tiempo en el que vivimos sino a nosotros mismos. A continuación, revisaremos algunos conceptos y rasgos de cada uno.

2.1 Industria

El creciente impacto industrial ha modificado a grandes rasgos nuestra forma de vida. Uno de los momentos clave que propició la dinámica de nuestros días, fue la nueva forma de trabajo que apareció en Inglaterra con la revolución industrial. Este hecho de gran relevancia histórica modificó radicalmente las formas de vida de la sociedad.

En la actualidad, la producción industrial se basa en el procesamiento de la información, con el auge de la Tercera Revolución Industrial, en la cual, el conocimiento y la comunicación fungen como sus fuentes de energía (Izuzquiza, 2003) (Joyanes, 2018).

Las anteriores características son factores que también influyen en la constancia de los cambios y transformaciones en el ámbito industrial, pues esto

permite, gracias a las nuevas formas de producción tan aceleradas, propiciar una actividad incesante. “Nuestra época se levanta sobre ese modo de actividad industrial, radicalmente moderno, que sólo parece poder existir si se ve sometido a transformaciones sorprendentes” (Izuzquiza, 2003, p. 107). Casi parece que es una cualidad que la misma sociedad le exige, siempre a la vanguardia, a la espera de más. Es por ello que se piensa en la industria como una actividad sin descanso, que necesita mantenerse en movimiento y constante cambio para poder existir.

Por supuesto, entra en juego uno de los factores más importantes de la industria: el producto. Estos reflejan los deseos y necesidades –usualmente creados, no reales– de la sociedad, por lo que es un campo que se ha aprovechado ampliamente. Ya no sólo vemos por las necesidades básicas del ser humano, también hemos creado otras, con la finalidad de no romper este círculo de producción. Estamos, pues, en la sociedad de los productos.

Izuzquiza (2003) define algunas características de los productos, de los cuales rescatamos los más relevantes: 1) Son uniformes, por lo que existe siempre la posibilidad de sustituirlos unos por otros. 2) Su ciclo de vida es cada vez más corto, por lo que constantemente son “aniquilados”. 3) Implican un beneficio económico. 4) Si son creados para la industria, eso significa que están preparados para el mercado. 5) Nunca alcanzan un carácter definitivo, lo que significa que siempre vendrán nuevos productos a pesar de que los existentes cumplan su función. Esto le da un carácter obsoleto. 6) Su lógica es también compleja, pues está dominada por la aceleración y la prisa.

2.2 Tecnología

Nuestra época también se define por el triunfo de la tecnología que, a su vez, es el triunfo del conocimiento. No obstante, nos hemos acostumbrado tanto a tales

innovaciones, que ya no nos parecen sorprendentes. Actualmente convivimos cotidianamente con un sin fin de muestras tecnológicas, por lo que ya no podemos imaginar una vida sin su presencia. “El avance tecnológico tiene una inmediata incidencia en la experiencia cotidiana y transforma muchos de los rasgos de la vida ordinaria” (Izuzquiza, 2003, p. 115).

Por lo tanto, es indiscutible la dependencia que tenemos a los productos y artefactos tecnológicos, que cada vez es mucho más refinada de acuerdo con la sofisticación de tales herramientas. La tecnología ha invadido y tocado prácticamente cada aspecto de nuestra existencia, “prácticamente no hay experiencia vivida o pensada del hombre contemporáneo, que haya sido atravesada por los sistemas tecnológicos. El peso además de dichos sistemas no deja de crecer día con día” (Pérez, 2003, p. 20).

Las características que definen este pilar de la sociedad comparten cierta lógica con los rasgos del resto. La tecnología también es una actividad incesante, que constantemente persigue la propia superación. Es un “reino del exceso”, ante la increíble cantidad de aparatos nuevos que sustituyen a los viejos. Es una actividad direccional, puesto que sus creaciones tienen un fin y es autónoma. Tiene un carácter paradójico puesto que, así como la razón humana, es capaz de crear lo mejor y lo peor. Además, se rige por elementos como la precisión y la exactitud para cumplir sus funciones (Izuzquiza, 2003).

2. 3 Economía

Aunque la evolución y el impacto de la industria y la tecnología en nuestra época han marcado y transformado profundamente la dinámica y forma de vida del ser humano, en ambas se superpone la economía. Al tratarse de una actividad antigua, también

ha sufrido grandes cambios y modificaciones a lo largo de la historia, en su búsqueda por adaptarse a los tiempos y a las necesidades de cada sociedad. Por lo tanto, se puede decir que una de sus características más importantes es la increíble flexibilidad que posee, que le permite realizar estos ajustes internos de gran complejidad y eficacia (Izuzquiza, 2003).

Esta indudable primacía de la economía, que siempre actúa en sinergia e interrelación mutua con la industria y la tecnología, forma parte de nuestro tiempo como un verdadero poder (Izuzquiza, 2003, p. 127).

Su existencia dirige prácticamente la manera en la que hacemos las cosas y el por qué las hacemos, en un ciclo que no deja de expandirse y hoy día se presenta en el marco de la globalización (Pérez, 2003). El mercado, componente característico de la economía, ahora es un mercado mundial, en el que se llevan a cabo una diversidad de intercambios de objetos, bienes y servicios, a cambio de un precio, característica que otorga a cualquier cosa una existencia económica. (Izuzquiza, 2003).

Sobre sus rasgos más importantes, se encuentran los siguientes. La sensación de que tiene vida propia. La economía es “independiente de la acción individual de los seres humanos y, sin embargo, pesa sobre ellos” (Izuzquiza, 2003, p. 127). Por tal motivo, bien podemos decir que nosotros somos dependientes de ella. Gracias a la economía, el ser humano es capaz de llevar a cabo el importante intercambio con el que obtiene todo lo necesario —y hasta más—, para subsistir. Sus dos grandes componentes son el mercado y el consumo, sin uno no existe el otro. El consumo siempre será necesario en el mercado, sea de bienes necesarios o no.

Consideraciones finales

Como se puede presumir, estos tres pilares o poderes que conforman la sociedad de nuestros días se conectan, dependen, apoyan y transforman los unos a los otros. Aunque pueden apreciarse por separado, su análisis indudablemente requerirá del estudio de los otros, lo que demuestra la complejidad con la que se desarrolla esta dinámica social que hoy día describe nuestro tiempo.

3. El pensamiento complejo

El término *complejidad* usualmente es mal entendido, en parte por la connotación que se le da a la misma palabra, que por su semántica se le aproxima a nociones como difícil, confuso, enredado, desordenado, complicado, etcétera. Por muy válidas que sean estas definiciones, la complejidad dista mucho de esa mera concepción. En primer lugar, porque “lo complejo no puede resumirse en el término complejidad, retrotraerse a una ley de complejidad, reducirse a la idea de complejidad. La complejidad no sería algo definible de manera simple para tomar el lugar de la simplicidad. La complejidad es una palabra problema y no una palabra solución” (Morin, 2005, p. 22).

La palabra complejo viene del latín *complexus* que significa “lo que está tejido”; de esta forma, la complejidad puede interpretarse como un denso tejido o red interconectada, conformada por elementos o componentes generalmente heterogéneos, los cuales por su naturaleza asociativa inherente o inseparable, dan forma e identidad al ente, órgano o unidad. La complejidad es, pues, de carácter enredado, enmarañado, inextricable, desordenado, ambiguo, que contiene a la vez orden, desorden y organización. Su objetivo epistemológico se centra en afrontar y abordar lo entramado (Morales y Cabrera, 2017, p. 20).

Por lo tanto, el objetivo del pensamiento complejo es dilucidar las dinámicas que se presentan en los fenómenos que acontecen. Su intención es esclarecer aquello que

parece difícil de comprender. A diferencia de la simplicidad, que en su labor por ordenar y clarificar a través de aislar los elementos que componen un fenómeno, mutila y deja fuera elementos relevantes, lo que en la mayoría de los casos ocasiona una ceguera en el conocimiento. (Morin, 2005).

Sin embargo, Morin (2005) también añade que no se puede creer que la complejidad implique eliminar la simplicidad. Al contrario, la complejidad se presenta en los momentos en los que el pensamiento simplificador falla, pero lo hace de tal manera que retoma los mismos elementos de la simplicidad para integrarlos lo más posible y rechaza, bajo toda circunstancia, la intención de aislar, mutilar o reducir los fenómenos. Es por ello que el pensamiento complejo aspira al conocimiento multidimensional, aunque como tal no pueda acceder al conocimiento completo.

Ahora bien, ¿cuál es la necesidad de un pensamiento complejo? Ya hemos señalado que por complejo se entiende un tejido de eventos, acciones, interacciones, relaciones, etcétera, de un fenómeno en particular. La complejidad, por lo tanto, tiene la intención de presentar estos rasgos de lo enredado, del desorden, de la incertidumbre para comprenderlos en conjunto. Sin embargo, la complejidad se presenta como un desafío y no una respuesta. El mundo de nuestros días posee una naturaleza de esta clase, compleja y, por lo tanto, requiere necesariamente de este enfoque para desplegarse y ser comprendido.

La complejidad es un rasgo formal que se aplica a objetos y situaciones cuando cumplen determinadas características. [...] aquello que es complejo parece plegado sobre sí mismo y se muestra como incomprensible e inaccesible. Sólo podrá ser comprendido cuando sea adecuadamente desplegado; es decir, cuando se abra su estructura y despliegue lo que en él se encuentra (Izuzquiza, 2003, p. 153).

Para lograr tal objetivo, resulta necesario presentar algunos de los rasgos más relevantes del pensamiento complejo, "...éstos suponen tener en cuenta que cuanto

es complejo será multidimensional, presenta un exceso de relaciones, hace referencia a la posibilidad, es dinámico, se encuentra animado por la diferencia y asume el valor positivo de la paradoja” (Izuzquiza, 2003, p. 153). Revisemos cada una de estas características a mayor profundidad.

De acuerdo con Izuzquiza (2003) se considera que un fenómeno u objeto complejo es multidimensional porque posee una diversidad de dimensiones en sí mismo que se entrecruzan y, por lo tanto, lo alejan de cualquier representación unidimensional. Esta representación puede darse desde el exterior o el interior del fenómeno en donde surge esta necesidad de multiplicidad. Esta característica en particular demanda la necesidad de plantear contextos y referencias múltiples para analizar el ente complejo.

Se dice que un fenómeno complejo presenta un exceso de relaciones precisamente porque rompe con una estructura lineal o biunívoca. En la complejidad, los elementos de un conjunto se corresponden con otro y otros elementos de otro conjunto. Esto significa que dichos elementos son capaces de establecer más de una relación con otros, en otras palabras, la complejidad implica una sobreabundancia de relaciones.

Los objetos complejos, además, siempre están abiertos a la posibilidad y la contingencia. Presenta diversas posibilidades y no sólo una en un momento determinado. “Los objetos complejos hacen real lo que anteriormente parecía impredecible” (Izuzquiza, 2003, p. 154).

Otro rasgo principal de la complejidad es aquel que privilegia al dinamismo sobre estados inmóviles o inertes. Si bien esta característica permite elementos estacionarios, los contempla como parte de un proceso. Por lo tanto, se debe pensar que la complejidad siempre introduce cambios, variaciones y una constante

evolución. Esto deriva en otra característica de la complejidad: la diferencia, que dista de cualquier igualdad uniforme. “Para que exista una verdadera relación, deberá ser una relación de diferencias, y no una relación de simples identidades (Izuzquiza, 2003, p. 155).

Por último, podemos encontrar en la complejidad el valor de la paradoja. En este sentido, la paradoja de la complejidad es aquella que obliga a pensar de formas distintas lo que usualmente se piensa de una sola manera.

Podemos concluir que el pensamiento complejo, que ha sido desde inicios del siglo XXI una referencia para comprender y explicar el mundo, describe y se amolda a la perfección con nuestra forma de vida actual.

Vivimos en un mundo dominado por una complejidad creciente en la mayoría de los ámbitos. Aquellos que son más relevantes lo son precisamente porque en ellos ha avanzado el nivel de la complejidad. En realidad, la complejidad es un destino que debemos asumir. Vivir hoy supone, ineludiblemente, asumir la complejidad que estructura nuestro tiempo (Izuzquiza, 2003, p. 160).

Esto nos obliga a reconocer que ya no podemos continuar analizando los fenómenos como anteriormente hacíamos. El pensamiento complejo nos brinda la oportunidad de mirar de otra manera, sin excluir ningún elemento, para explicarlo tal y como es.

Así como estas características se presentan en los componentes más importantes que dirigen y dan forma a nuestra sociedad, lo han hecho a muchos otros campos, ramas y disciplinas, favoreciendo la renovación y nuevos conocimientos, así como una permanente evolución que nos permite avanzar. La práctica profesional del diseño de la comunicación gráfica, por supuesto, no ha sido la excepción.

4. Origen, desarrollo y hechos destacados de la profesión

Resulta difícil identificar un periodo exacto en la historia que defina el nacimiento del diseño gráfico, a pesar de la gran variedad de manifestaciones que expresaban algunas cualidades que lo componen en la actualidad. Por lo tanto, el diseño, como la disciplina que conocemos hoy en día, tardó mucho tiempo en consolidarse y lograr una visibilidad formal como disciplina profesional. Otro factor que contribuye a esta dificultad es el hecho de que el diseño siempre ha estado relacionado con otras actividades, muchas de ellas ligadas a trabajos artesanales y al quehacer artístico.

Desde la aparición del término diseño en el *Journal of Design and Manufactures* de 1849, en Inglaterra, se buscaba enlazar el arte con la habilidad mecánica, momento que se logra hasta 1860 con el movimiento *Arts and Crafts* que haría posible revitalizar las artes decorativas, al mismo tiempo que rehabilitar el trabajo del artista y del artesano para crear productos que más tarde darían como resultado una cooperación del arte, la industria y el trabajo manual. (Pérez, 2019). De esta manera, se considera que las disciplinas de diseño moderno, como lo son el industrial y el gráfico, iniciaron en el siglo XX, con ciertos rasgos específicos sobre su papel ante la sociedad (Salinas, 2010) y estrechamente relacionados con los procesos industriales.

...la revolución industrial constituye la condición de posibilidad del diseño como disciplina reconocible y diferenciada de la producción artesanal de las cosas, que se constituye paulatinamente a través del siglo XIX, por movimientos como el [...] Arts and Crafts, pero alcanza su consagración con la Bauhaus, que es el movimiento que plantea las bases para la concepción racional de todo el entorno. (González y Torres, 2012, pp. 79-80).

Se considera a la fundación de la Bauhaus como uno de los momentos más determinantes en la historia del diseño moderno. Se abre la posibilidad de constituir al diseño como una disciplina reconocible, diferenciada de la producción artesanal –

que también fue revalorada gracias a este movimiento—, gracias a las posibilidades que le otorgaron a la disciplina los cambios propiciados por la Segunda Revolución Industrial. Este reconocido periodo trajo consigo importantes cambios en los ámbitos sociales, industriales y económicos al apoyarse de los nuevos avances tecnológicos y científicos, lo que impulsó y transformó profundamente las maneras de producir, especialmente lo que se conoce como «producción en serie» al lograr una automatización en los procesos.

La producción en masa provocó que la práctica artesanal perdiera valor y, por lo tanto, desapareció casi por completo, cuando la unidad conformada por diseño y producción, que con anterioridad estaba en manos del artesano, llegó a su fin debido a los nuevos sistemas de fabricación (Meggs, 1991). Se dio paso, entonces, a una práctica que forjó una estrecha relación con la producción industrial, aunque no se limitó únicamente a este sector. Pero, visto de esta manera, el diseño nace ligado a lo industrial, en una época de gran efervescencia y cambios insólitos que afectaron aspectos de la vida social, política, cultural y económica, mismos que tuvieron un impacto en la práctica del diseño.

Fue así que el diseño se enfocó en la divulgación de nuevos productos, información, servicios y entretenimiento, para lo que se requería no sólo de la producción de objetos, sino también de carteles, publicidad, periódicos, revistas, etcétera (Kopp, 2018). Desde entonces, las manifestaciones gráficas han evolucionado y variado conforme a los diversos periodos que han transitado; lo que sería conveniente recalcar desde sus inicios hasta la actualidad, es que su característica fundamental de configurar mensajes y proyectar contenidos no ha desaparecido. Lo cierto es que el diseño no se ha limitado a un solo campo y, de

hecho, ha incursionado en muchos otros y esta es una tendencia que se ha acelerado a partir de *recientes* transformaciones.

Casi cada siglo provoca a su manera, una mutación en la forma como el hombre concibe, diseña y habita el mundo. El siglo XXI ha contribuido a la expansión de las ciencias de la comunicación y de la información, a la propagación de las computadoras, las redes acentradas y las tecnologías relacionales. [...] A la par que el capitalismo, el diseño (su sombra) asistió en las últimas décadas, a atender el paso de un mercado de equipamientos a un mercado de masas, y luego de un mercado de masas y de demanda, a un mercado de consumo y oferta. (Pérez, 2019, p. 7).

5. La tercera revolución industrial y la irrupción de la computadora en el diseño

El diseñador siempre ha tenido a su alcance diversas herramientas para llevar a cabo su práctica, desde instrumentos de carácter manual, hasta otro tipo de utensilios más mecanizados. Pareciera como si el diseñador navegara entre estos campos tradicionales y tecnológicos dependiendo del momento al que se encontrara inscrito. La práctica de diseño que conocemos hoy en día, por ejemplo, es el resultado, nuevamente, de un proceso de transformación, ocasionado por el auge de nuevas tecnologías ante la llegada de la Tercera Revolución Industrial.

El usuario, la interacción, los servicios y lo social marcaron el camino hacia el cual se dirigió el Diseño contemporáneo... pero ahí viene la tecnología. La llamada tercera revolución numérica modificaría la cultura perceptiva de la época y modificaría también la estructura de la percepción de la materia. (Pérez, 2019, p. 19).

La Tercera Revolución Industrial, conocida también como revolución de la inteligencia, es un concepto creado por Jeremy Rifkin que supuso el detonante para representar el impacto de la digitalización en la sociedad y, además, determinar los cambios sociales, económicos y tecnológicos que trae consigo. Se caracteriza en cuanto a innovaciones tecnológicas por la microeléctrica, el internet como gran

dinamizador de cambio y el uso de la energía atómica y energías renovables. En cuanto a los cambios sociales y económicos se caracteriza por comportamientos globales en los medios de comunicación, un incremento del consumo y de la mercadotecnia y una generalización de la formación universitaria (Joyanes, 2018).

Así como las anteriores revoluciones industriales produjeron inventos que transformaron radicalmente la forma de vida de la sociedad en la que ocurrieron, tales como la máquina de vapor, el ferrocarril, el automóvil, el radio y el teléfono, el invento que denota una importancia crucial de la Tercera Revolución Industrial es, sin lugar a duda, la computadora u ordenador personal.

La convergencia entre los ordenadores y las redes de comunicación está modificando la mayoría de las actividades empresariales y los hábitos de consumo actuales. Y una transformación de esta categoría en las relaciones económicas y sociales ha ocurrido sólo un puñado de veces en este planeta. No nos estamos acercando sólo a una era de conexión de máquinas informáticas inteligentes, sino a una nueva era de interconexión del ingenio humano. Es una época de grandes promesas y responsabilidades prácticamente inimaginables. Y la mayoría de nosotros no somos conscientes de la revolución que está ocurriendo a nuestro alrededor y de la que todos somos protagonistas. (Pérez de Silva, 2000, p. 17).

De esta manera, el diseñador de la comunicación gráfica encuentra en la computadora el medio idóneo para realizar su trabajo; una herramienta que facilita su proceso de diseño y que pone a su alcance un sin fin de recursos con los que ha complementado su labor, lo que también ha favorecido a traspasar límites de la práctica condicionados por técnicas más tradicionales.

Relativamente barato si lo comparamos con sus prestaciones, y relativamente fácil de usar, el ordenador [computadora] proporcionó a los diseñadores la posibilidad de asumir el control directo de los procesos de trabajo que durante siglos han estado divididos entre tipógrafos, ilustradores, componedores de textos, impresores y otros técnicos especializados. Asimismo, desveló nuevos horizontes creativos por su capacidad para

cambiar el proceso de trabajo sobre la marcha y su versatilidad apoyó otra de las ideas propias del diseño posmoderno, en la que había insistido la Cranbrook Academy: la de autoexpresión. (Pelta, 2010, pp. 48-49).

Esta es una de las mayores transformaciones que ha sufrido la práctica profesional del diseño de la comunicación gráfica, pues, de mantener aisladas las diversas partes del proceso de diseño, gracias a la introducción de la Macintosh de Apple en 1984, el diseñador fue capaz de conjuntar su labor a través de un solo objeto. Pelta (2004) comenta que hubo un sector importante de diseñadores que manifestó su rechazo ante un artefacto que para ellos suponía la pérdida de los estándares de calidad y de creatividad, que además permitía el acceso al diseño a casi cualquiera; a diferencia del sector joven, para quienes la Mac suponía la apertura de un inmenso abanico de posibilidades. Por último, hubo quienes le otorgaron el papel de herramienta que debía ser utilizada como cualquier otra.

Con esta posibilidad de acceso a un sin fin de técnicas, programas y recursos, no fue difícil instaurarse de lleno en las demandas de la sociedad contemporánea. Es aquí donde se ha insertado el diseñador como un actor que participa de la mano con este modelo, uno que lo ha transformado también y que constantemente le pone obstáculos para desarrollarse. Como lo explica María Ledesma en *El diseño gráfico, una voz pública*, “el diseño gráfico, al estar volcado hacia la sociedad, al tener como fin la inscripción de su dinámica compleja y contradictoria, siempre está incluido en un sistema de poder y contrapoder, de opresión interna y externa, de exclusiones y permeabilidades que delimitan la acción del diseñador: por lo tanto, cada vez que actúa, el diseñador toma partido” (2003, p. 10).

6. La profesión del diseño gráfico en México

El diseño tiene una larga historia y tradición en nuestro país desde el inicio de las primeras culturas que poblaron el territorio que, con su evolución, adaptaron y desarrollaron nuevos medios gráficos de acuerdo con sus necesidades y a su contexto. Algunas muestras de ello, como la imprenta, el grabado, la litografía, la ilustración, entre otras tantas técnicas que hoy forman parte de las prácticas profesionales del diseño, datan de hace cientos de años y acompañaron al desarrollo y evolución de nuestra cultura. Sin embargo, la disciplina bien consolidada —aunque todavía no del todo profesionalizada— que hoy en día conocemos tiene una historia relativamente joven y que se desarrolla desde hace poco más de medio siglo. El “oficio” que según Salinas (2019) se les atribuía a las prácticas artísticas pasaron a ser una profesión que:

...nació ante la necesidad de una sociedad que requería de un especialista que aportara soluciones necesarias para una sociedad en crecimiento continuo [...] como un gremio preparado para responder a través de esa formación al contexto de sistemas y sociedades cada vez más complejas que conforman al mundo que hoy nos toca vivir (p. 184).

En la consolidación de la disciplina podemos encontrar representantes y momentos destacados en nuestra historia que, con sus aportaciones, contribuyeron al desarrollo de la profesión que actualmente se enseña y practica en México, que hoy en día, además, es considerado uno de los países con un gran potencial en el campo.

Como antecedentes podemos considerar las aportaciones de Josep Renau, Miguel Priet y, por supuesto, Vicente Rojo. Este último, contribuiría no sólo a sentar las bases del diseño gráfico en México, sino que también crearía y promovería grandes proyectos, muchos de los cuales, hasta la fecha, siguen vigentes. Por mencionar algunos: “Artes de México, las revista *Vuelta* y la de Artes Visuales del Museo de Arte Moderno, *La Gaceta* del Fondo de Cultura Económica, la Revista de

Bellas Artes, la Revista de la Ciudad de México y el diseño del periódico *La Jornada*” (Salinas, 2019, p. 192). Sin embargo, uno de sus mayores reconocimientos en el campo del diseño gráfico será su papel en la enseñanza y formación de jóvenes diseñadores, “los que hoy son los maestros de una disciplina en expansión y transformada por la tecnología” (Salinas, 2019, p.192).

Otro de los momentos más influyentes en la historia del diseño es el que ocurrió el 12 de octubre de 1968, con la inauguración de las Olimpiadas en México, que fue el primer país de Latinoamérica en ser la sede de este suceso. (Rodríguez, Trejo y Hernández, 2020), y para el que se requirió de un gran equipo para desarrollar la identidad gráfica, en la que participaron principalmente figuras como Pedro Ramírez Vázquez y Lance Wayman, entre muchos otros. “Esta colaboración asentó un antes y un después del uso del diseño gráfico como un vínculo de comunicación multicultural por primera vez en México” (Balcazar, 2019, como se citó en Rodríguez, Trejo y Hernández, 2020, p. 110). Gracias a este suceso se iniciaría una profesionalización de la disciplina en el país y sería la Universidad Iberoamericana en ese mismo año la que ofrecería por primera vez una licenciatura en diseño.

Desde entonces, muchas otras instituciones se han sumado con sus propios planes de estudio a consolidar y profesionalizar la práctica profesional del diseño gráfico (y derivados nombres). En el caso de la Universidad Autónoma Metropolitana, que se fundó en el año de 1974, recibió a la primera generación de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica el 22 de septiembre de 1975 en la Unidad Xochimilco. La finalidad, como del resto, fue darle visibilidad y relevancia acorde al papel que la disciplina cumple en nuestra sociedad. El desarrollo y constante evolución de la profesión en diversos programas incluso han puesto a México como un gran representante de la industria del diseño y productor de materiales gráficos.

...la Ciudad de México fue denominada capital mundial del diseño en el año 2018, además de ser el lugar donde radican diseñadores de gran renombre internacional. También, es la primera metrópoli en Latinoamérica en ser galardonada como sede de la publicación en plataforma web: Design Week (Rodríguez, Trejo y Hernández, 2020, p. 111).

Aunado a la creciente tecnología y al ritmo en que se han expandido los mercados gracias a la globalización, el diseño gráfico en México ha presentado un gran auge y amplitud. Cada vez podemos encontrar mayores espacios para la práctica del diseño y su mercado profesional, lo que también se traduce en la creación de nuevas ramificaciones de la práctica que antes no existían y que continuarán expandiéndose conforme las necesidades de nuestra sociedad, contexto y entorno, lo requieran.



CAPÍTULO II: LA TRANSFORMACIÓN DEL DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

1. Definición. Aproximaciones a la noción de diseño

El significado de la palabra diseño es ciertamente amplio, en gran medida por todos los usos y aplicaciones que se le han dado no sólo en nuestro campo y en otras profesiones afines, sino en muchas tantas actividades. Esta concepción tan extensa de lo que significa diseñar en muchas ocasiones genera confusión, por lo que podemos encontrar diversas opiniones y definiciones de lo que implica el diseño¹.

Para comprenderlo, podemos comenzar por revisar el origen de la palabra, para construir una noción más clara de lo que significa diseñar y, más adelante, situarlo específicamente en el campo del diseño de la comunicación gráfica. La palabra diseño proviene del latín *designare* o también referido al italiano *designio*, que significa dar nombre o signo a algo, marcar, representar, indicar, designar.

La anterior definición nos plantea una noción muy básica del diseño, pero con la que podemos referir a la labor que se encarga de otorgar un significado o representación prácticamente a todo aquello que nos rodea. Por tal motivo, se considera al diseño como una actividad enteramente humana y de vital importancia, puesto que, gracias a su desarrollo y evolución, el hombre ha configurado el mundo en el que vive actualmente. Heskett lo enuncia de la siguiente manera “el diseño es una de las características básicas de lo humano y un determinante esencial para la calidad de vida. Afecta a todas las personas, en todos los detalles de lo que hacemos cada día” (2005, p. 3-4).

Aunque lo que hoy en día conocemos como diseño dista mucho de las primeras formas y aplicaciones que el ser humano le ha dado, es un hecho que esta

¹ Incluso se publicó el libro *+de 100 definiciones de diseño*, una compilación de Gabriel Simón Sol.

característica le ha acompañado desde sus orígenes. Según Scott (1982, p. VII) es “una disciplina humana fundamental, una de las técnicas básicas de nuestra civilización”. Por ello, tampoco se encuentra exenta de una constante evolución y transformación, acorde a las necesidades de la sociedad en la que se inscribe.

Ahora bien, si consideramos el alto grado de complejidad de la sociedad en la que vivimos hoy en día, no es una sorpresa el por qué nos cuesta definir y comprender concretamente lo que es el diseño, incluso a los propios diseñadores y estudiosos del tema. A pesar de ser un término bastante común, así como lo hemos visto, está lleno de incongruencias (Heskett, 2005), debido a la gran especialización a la que se le ha sometido y que, como resultado, nos otorga una definición demasiado amplia, prácticamente sin límites.

El diseño es así una actividad teórico-práctica con un alto grado de complejidad, en la que intervienen factores de muy diferente tipo y procedencia. Sus contornos y fronteras no están claramente establecidos porque es un universo en expansión.

Intervienen en su realización factores socio-culturales, naturales, conceptuales, formales, materiales, técnicos, biológicos y psicológicos y de ahí proviene su complejidad astronómica. (Pérez, 2003, p. 56).

Decimos que es un universo en expansión porque día con día podemos apreciar nuevas formas de diseño, así como nuevas técnicas y herramientas que lo nutren y componen. Así pues, bien nos resulta cotidiano escuchar que se habla de diseño, pero su naturaleza compleja y en constante evolución nos dificulta comprender sus alcances. ¿Cómo podemos comenzar a esclarecer el panorama, entonces? Podemos partir de la idea de que (Heskett, p. 7) el diseño, despojado hasta su esencia, puede definirse como la capacidad humana para dar formas y sin precedentes en la naturaleza a nuestro entorno, para servir a nuestras necesidades y dar sentido a nuestras vidas.

El ser humano, por naturaleza, necesita satisfacer sus necesidades y ha encontrado en el diseño la herramienta idónea para lograr tal objetivo, apoyándose de diferentes técnicas, materiales, herramientas y tecnologías, con lo que los diseñadores somos capaces de configurar y crear productos, objetos, mensajes, bienes y servicios para satisfacer una necesidad. Claro, si lo pensamos, las necesidades de nuestra sociedad actual son sorprendentemente amplias, por lo que el diseño se ha expandido a todas aquellas áreas en las que es requerido.

Hoy día la actividad proyectual del Diseño es una multiplicidad sin centro, porque no hay definición que la contenga. Pero eso no ha impedido que esté presente en todo lo que incumbe la vida cotidiana de las personas. Todo lo que nos rodea prácticamente ha sido diseñado por alguien. El Diseño no tiene exterior porque casi todo puede ser colonizado por él, con el apoyo de los sistemas científicos y tecnológicos. Cuanto existe para el hombre puede ser re-diseñado. (Pérez, 2019, p. 6).

Con lo anterior podemos concluir que el diseño abarca todo aspecto en nuestra vida, por lo que sus representaciones son infinitas. Sabemos que su propósito es el de cubrir las necesidades del hombre y que se apoya de técnicas y herramientas para lograrlo. Ahora bien, ya situados en ese contexto, ¿cómo podemos aterrizar el término específicamente en el campo del diseño de la comunicación gráfica? Porque, se ha utilizado tan arbitrariamente que, “nunca se ha designado en una profesión definida, como ocurre con el derecho, la medicina o la arquitectura. [...] ...el diseño se ha dividido en numerosas especializaciones sin ningún concepto global de organización, por lo que cualquiera puede apreciarse del derecho a practicarlo” (Heskett, 2005, p. 6-7).

Bien es cierto que, en gran medida, una de las mayores dificultades que presenta el diseño de la comunicación gráfica es precisamente la representación que se le da a la profesión y que, sumado a los incesantes cambios y constante evolución,

no ayudan a situar a la práctica en el papel tan relevante que juega dentro de la sociedad contemporánea. Aunque no podemos negar que los cambios y transiciones de la práctica la han fortalecido y ayudado a evolucionar, todavía no abandona la incertidumbre que nos provoca. Corresponde, en primer lugar, atender a una definición más clara de la práctica, para situarla en aquello en lo que acontece.

A pesar de ser una actividad que juega un papel tan importante en nuestras vidas, el diseño gráfico es frecuentemente mal entendido, a veces incluso por los mismos diseñadores.

Tenemos ideas mucho más claras acerca de lo que esperamos de un médico, un arquitecto, un contador o un verdulero. [...] Si yo digo «soy un diseñador gráfico», la reacción más frecuente es: «¿Qué es eso exactamente?» (Frascara, 2000, p. 13).

Podemos comenzar diciendo que el diseño es una actividad en exclusivo humana, ya que se le puede encontrar desde los inicios de la historia del hombre, una herramienta que supuso el medio con el cual logró concebir y crear aquello que necesitaba para complementar su existencia, así como satisfacer sus necesidades, por tal motivo y así como lo refiere Fuentes (2005): “desde el principio de los tiempos del hombre, el diseño no nace, sino que se hace. Toda acción de diseñar ha sido y es premeditada, provocada, comprada o pedida por alguien, en ocasiones por el propio diseñador” (p. 26). En conclusión, podemos afirmar que el diseño es una actividad puramente humana, de carácter fundamental, una herramienta básica de la civilización y que en su propia evolución ha acompañado la evolución del hombre. La actividad por sí misma, fuera de las formas de diseño, es una determinante en la calidad de vida del ser humano, que afecta a todas las personas, en todo lo que hacemos, en cada aspecto de la vida contemporánea.

2. La transformación y complejidad de la práctica profesional: diseñar hoy

El repaso histórico del diseño de la comunicación gráfica expresado en apartados anteriores, nos permite comprender el recorrido de la profesión hasta nuestra actualidad y observar las transformaciones que ha atravesado en el transcurso de su muy reciente consolidación hasta lo que conocemos hoy en día. La historia del diseño como disciplina es todavía muy joven y, no obstante, ha evolucionado a pasos enormes ante los incesantes avances y cambios de la sociedad contemporánea.

Si bien, previamente, nos referimos al diseño como una actividad que ha acompañado al hombre desde sus inicios, actualmente se encuentra inscrita en todo aspecto de su vida a una escala que supera cualquier expectativa.

Casi todo lo que usamos y leemos desde que nos levantamos hasta que nos acostamos ha sido diseñado. En nuestro mundo industrializado y digital, casi todo aquello que es artificial, esto es, que no ha sido producido por la naturaleza, ha sido proyectado previamente y, por lo tanto, diseñado. (Campi, 2020, p. 9).

No hay duda de que el ser humano convive diariamente con una gran diversidad de materiales gráficos, que han sido diseñados para satisfacer las necesidades que podemos encontrar en nuestro entorno. Por lo tanto, la importancia de la figura del diseñador es más que vital para lograr dicho objetivo. Esta tarea, sin embargo, no puede considerarse como sencilla, ya que conlleva un alto grado de complejidad al conjuntar una gran variedad de conocimientos, herramientas, conceptos, habilidades y técnicas.

El diseño gráfico está en todas partes, vinculándose a todo lo que hacemos, todo lo que vemos, todo lo que compramos. [...] Diseño gráfico es la compleja combinación de palabras e imágenes, números y gráficos, fotografías e ilustraciones que, para tener éxito, demandan su elaboración por parte de un individuo particularmente cuidadoso que puede orquestar estos elementos de forma que éstos se unan para formar algo distinto, o útil, o

divertido, o sorprendente, o subversivo, o memorable. [...] es el arte de la visualización de ideas (Helgand, 2011, como se citó en Kopp, 2018, p. 42)

De esta manera, no es de extrañar la gran especialización que ha adquirido la práctica profesional del diseño de la comunicación gráfica, en la que, podemos encontrar las siguientes áreas o tipologías de trabajo que actualmente se mantienen vigentes: ilustración, editorial, medios audiovisuales, el diseño 3D, la animación, el diseño de interfaz o interactivo, el diseño web, la infografía, el diseño de identidad, envase y embalaje, tipografía, logotipo, el diseño de producto, la publicidad, el diseño de instalación, el diseño de cartel, señalización y señalética, por mencionar algunos. Campi (2020), refiere que esta dinámica nos permite vislumbrar cuán amplio es el espectro de la tarea de los diseñadores que, además, se lleva a cabo en un territorio fronterizo entre la cultura y la tecnología, en el que se integran ambas, “el diseño es una de las pocas disciplinas del mundo actual que tiende un puente entre áreas del conocimiento” (p. 15).

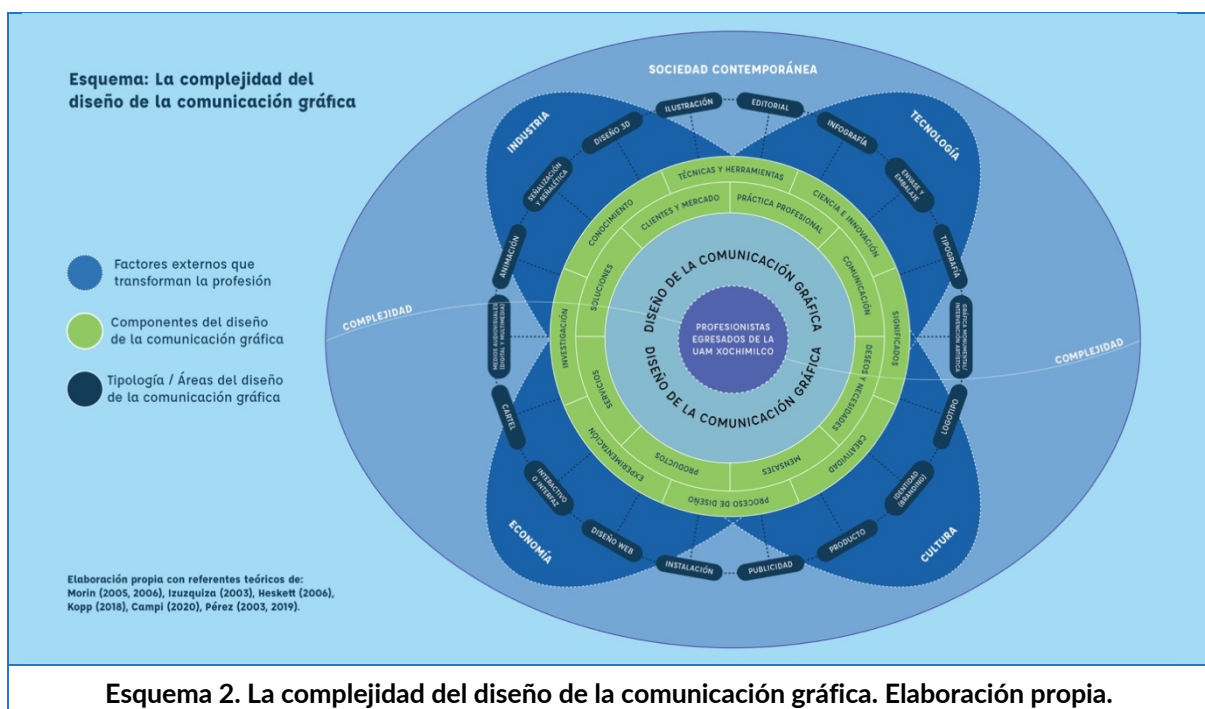
Ahora bien, ¿qué ha propiciado la transformación de la práctica profesional del diseño actual? Kopp (2018) lo atribuye a las nuevas tecnologías digitales y de comunicación, que están acostumbrándonos cada vez más a convivir con la condición de posmodernidad, que se caracteriza como plural, fragmentada, heterogénea, compleja, contradictoria, transitoria e inquietante y, por lo tanto, no resulta sorprendente que la práctica del diseño de la comunicación gráfica presente estos mismos cambios, como consecuencia de las manifestaciones de la época.

Adjetivos como flexible, transitorio, fugaz, cambiante, licuoso, fragmentado, entre otros tantos, han servido para calificar el tiempo contemporáneo. [...] El diseño gráfico refleja todo eso, como su historia reciente demuestra. Su condición a mitad de camino entre industria, tecnología, arte, cultura, o entre el consumo y el público, hace que ese campo sea un espejo de las transformaciones que ocurren en las esferas actualmente más sensibles de la sociedad. (Kopp, 2018, p. 89).

Este mismo autor incluso denomina al diseño actual como “cambiante”, para caracterizar la forma en el que la disciplina se adapta a su entorno y a las transformaciones de este, para transitar hacia un nuevo diseño. Por lo tanto, se puede asegurar que el diseño continuará transformándose, Pérez (2019) apoya esta idea al comentar que “las prácticas profesionales del Diseño se transforman siempre, para adaptarse a las circunstancias históricas, económicas, sociales y culturales, que exigen de ellas una respuesta óptima” (p. 6) y, además, a la actual complejidad que también caracteriza nuestro tiempo, como se abordó en apartados previos desde Morin (2005, 2006) e Izuzquiza (2003).

[...] ya vemos que la tarea de los diseñadores es mucho más compleja de lo que pudiera parecer a primera vista, pues deben atender al mismo tiempo a problemas de ámbitos distintos: de la misma sociedad, de la cultura visual, de la tecnología y, además, cuando trabajan para empresas privadas, deben adaptarse a su papel económico, pues están ayudando a definir un producto que obedecerá a las leyes del mercado.

Con esto podemos ya empezar a ver las dificultades que entraña la actividad del diseñador y entender que resulta del todo equivocado valorar un diseño desde un punto de vista estrictamente estético. (Campi, 2020, p. 18).



Esquema 2. La complejidad del diseño de la comunicación gráfica. Elaboración propia.

En este panorama, ¿qué corresponde hacer al profesionalista del diseño de la comunicación gráfica para adaptarse a este nuevo medio y circunstancias? En primer lugar, reconocer el espacio en el que transita, en el que convergen los pilares que conforman la sociedad contemporánea como lo son la industria, la economía, la tecnología y la cultura, aspectos que marcarán profundamente su quehacer profesional, para lo que, según Margolin (2017) los estudiantes y profesionales del diseño no han sido bien preparados.

Por este motivo es que la formación profesional del diseñador no puede limitarse únicamente a la enseñanza de técnicas y herramientas, sino que implica una preparación más profunda, en la que se pueda dotar de una gran variedad de conocimientos y habilidades con las que el diseñador pueda transitar con mayor facilidad esta realidad.

De lo que se trata es de hacer de él un verdadero profesional del diseño y alguien a la altura de la época en que se encuentra.

Un diseñador complejo para una época regida por la complejidad. Alguien capaz de moverse en los parámetros profesionales de su tiempo. Hombre creador, artista y artesano a la vez, ingeniero, técnico, armador. (Pérez, 2003, p. 64).

El diseño, según Campi (2020) enfrenta hoy en día nuevos retos que antes ni siquiera fueron imaginados, si bien, las bases metodológicas y proyectivas de la disciplina se definieron hace tiempo, hay que enfrentar ahora la problemática tecnológica, productiva, social y cultural que evoluciona a pasos acelerados. Los diseñadores deben tomar conciencia de su nuevo papel en la dinámica que toma lugar en la sociedad contemporánea, para lo que requerirá de nuevas habilidades, flexibles, con las que podrá afrontar las posibles dificultades en el medio, que va más allá del incesante desarrollo tecnológico.

Hoy más que nunca recae una enorme responsabilidad sobre los profesionistas del diseño que poseen la valiosa oportunidad de comenzar a generar un cambio. No sólo se trata de comprender, mejorar y visibilizar el quehacer profesional en sí, sino también reconocer lo que, a través de este, se puede aportar a la misma sociedad para solucionar muchos de los grandes problemas de nuestra época. En palabras de Margolin:

Ahora, ante la creciente complejidad del entorno social, los diseñadores tienen que pensar más profundamente sobre el futuro y acerca de la importancia de su papel en el presente. Necesitan sistemas de alerta temprana y a distancia para prevenirlos acerca de las tendencias sociales que podrían tener relación con lo que diseñan y también requieren de las herramientas intelectuales para reflexionar sobre el significado de esas tendencias y sus implicaciones éticas. (2017, p. 46).

De esta manera, la práctica profesional logrará asumir y exteriorizar su enorme potencial y relevancia a la sociedad, lo que otorgaría al profesionista del diseño un papel más activo y visible como operador cultural y social que tiene la posibilidad de adaptarse al medio y aportar en su transformación positiva.

3. Profesionistas egresados de la UAM Xochimilco

La Universidad Autónoma Metropolitana, fundada en 1974, se creó como una alternativa ante la creciente demanda de la educación a nivel superior que existía en el país en ese momento. De sus tres primeras Unidades, la de Xochimilco “no sólo contemplaba las innovaciones que plantea la UAM general sobre la estructura orgánica institucional, sino que buscaba también el principio de vinculación del quehacer universitario con problemáticas de la realidad social” (Arbesú, 2012, p. 11). Para alcanzar tal objetivo, se planteó la creación del sistema modular, como una

experiencia educativa novedosa, única hasta ese entonces en la historia de la educación superior mexicana y latinoamericana, exclusivo de la UAM Xochimilco.

Además de vincular la educación con el entorno y realidad social, el sistema modular propone una ruptura teórica, también sugiere un nuevo ordenamiento de conocimientos, utilizando como eje objetos de estudio o de transformación, que sean abordados desde la interdisciplina y mediante el uso de la investigación científica.

Conocer un objeto es conocer un acontecimiento, no solamente mirarlo y hacer de él una copia mental, una imagen. Conocer un objeto, es actuar sobre él. Conocer es modificar, transformar el objeto y entender el proceso de su transformación y, como consecuencia, entender la forma en que el objeto es construido. (UAM-X, Documento Xochimilco, 1994, como se citó en Arbesú, 2012, p. 14).

Lo anterior es relevante puesto que plantea el perfil de los egresados de la UAM Xochimilco, también muy específico a comparación de otras instituciones. En el caso de los egresados de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica, complementan su formación, además, con las Bases Conceptuales de la División de Ciencias y Artes para el Diseño, que “procura una formación sólida e integral que incluye aspectos científicos, tecnológicos, humanísticos y artísticos, con el fin de contribuir a la solución de los problemas socialmente relevantes, pertinentes y vigentes con diversos grados de complejidad y en una realidad cambiante” (CyAD UAM-X, 2021) y que proporciona la estructura del “proceso de diseño”, que se conforma por las siguientes etapas: 1) conceptualización fundamentada, 2) formalización y prefiguración, 3) materialización y realización proyectual, y 4) aplicación y ejecución del diseño.

A modo de conclusión y como se verá en el siguiente capítulo que plantea la metodología del trabajo de investigación, se retomará la práctica profesional de los egresados de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica de la UAM

Xochimilco, que atraviesa esta dinámica social y compleja que hemos tratado a lo largo de los capítulos anteriores y servirá como análisis del fenómeno de la transformación de la práctica profesional del diseño, con el objetivo de profundizar y reconocer estos nuevos cambios, cómo su formación y perfil de egreso ha jugado un papel en esta transición, para rescatar de dicha experiencia y perspectiva el panorama actual de la profesión, aquello que la compone, las tendencias que persigue, sus problemáticas y retos a enfrentar.

CAPÍTULO III: ANÁLISIS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL DE LOS EGRESADOS DE LA UAM-X

1. Consideraciones metodológicas

Para alcanzar los objetivos que se plantean en este proyecto, fue necesario recurrir a un proceso metodológico con el que se logró definir las características más relevantes del tema a investigar, con la finalidad de encontrar las herramientas adecuadas con las que se pudiera realizar el análisis de la investigación.

Esta investigación de tipo académica pretende principalmente profundizar y analizar el fenómeno de la transformación del diseño de la comunicación gráfica, sus relaciones con la sociedad contemporánea y los factores que impactan constantemente en la práctica profesional del diseño. De esta manera, utilizaremos el enfoque del pensamiento complejo para observar todas estas dinámicas que, en su conjunto, dan forma a lo que hoy en día consideramos como diseño.

Por lo tanto, nos inclinamos por una investigación de tipo fenomenológica, puesto que se pretende comprender el fenómeno de transformación de la práctica, desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto. El propósito es examinar la forma en que los individuos lo perciben y experimentan, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados (Hernández, 2014).

El enfoque fenomenológico de investigación surge como una respuesta al radicalismo de lo objetivable. Se fundamenta en el estudio de las experiencias de vida, respecto de un suceso, desde la perspectiva del sujeto. Este enfoque asume el análisis de los aspectos más complejos de la vida humana, de aquello que se encuentra más allá de lo cuantificable. [...] es un paradigma que pretende explicar la naturaleza de las cosas, la esencia y la veracidad de los fenómenos. El objetivo que persigue es la comprensión de la experiencia vivida en su complejidad; esta comprensión, a su vez, busca la toma de conciencia y los significados en torno del fenómeno (Fuster, 2019, p. 202).

Para fundamentar este análisis, del universo de los profesionistas del diseño de la comunicación gráfica, se tomó como sujeto de estudio a los profesionistas que actualmente laboran en el campo y que son egresados de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica de la UAM Xochimilco. El contexto es el de nuestra sociedad contemporánea, con sus características y componentes que la conforman, específicamente en la Ciudad de México.

Con estos resultados, se realizó una aproximación interpretativa del estado actual de la práctica profesional, sus componentes y los factores que la han transformado, así como las tendencias que se perciben y a las que podría dirigirse la profesión. En ninguna circunstancia nos interesa cuantificar el uso de herramientas, técnicas o requisitos de la práctica que, a pesar de ser datos relevantes, no serían del todo útiles para comprender la realidad de la profesión, su significado, la percepción de los mismos profesionistas y el pronóstico a futuro de las tendencias, al tratarse de una actividad tan compleja.

Por este motivo, nos pareció pertinente llevar a cabo un análisis cualitativo, que nos permitiera profundizar en el estado actual de la práctica, sus significados y aquello que la compone, así como los campos en los que se desarrolla y los retos que impone a los profesionistas.

Esto, en conjunción con el sustento histórico y conceptual, fueron las bases para delimitar las herramientas que serán necesarias para obtener información en la investigación campo.

1.1 Objeto de transformación y población muestra

El objeto de transformación, por lo tanto, es la práctica profesional del diseño de la comunicación gráfica y la población que se tomó como referencia para llevar a cabo nuestro análisis y para obtener datos fue a los profesionistas de la práctica. Al tratarse

de una investigación que se realiza en la Universidad Autónoma Metropolitana, se delimitó la investigación específicamente a egresados de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica, rescatando su muy particular perfil con base en el Sistema Modular de la UAM-X y las Bases Conceptuales de la División en Ciencias y Artes para el Diseño.

Según datos recopilados por la universidad, hasta el trimestre primavera 2018, se tiene un total de 5,824 estudiantes de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica, de los cuales:

| Cantidad de alumnos | Concepto |
|---------------------|---------------------------------|
| 2,610 | Titulados |
| 453 | Créditos cubiertos |
| 392 | Egresados |
| 1459 | Bajas reglamentarias |
| 454 | Vigentes inscritos |
| 178 | Baja voluntaria |
| 151 | Vigentes irrupción 6 trimestres |
| 103 | Vigentes no reinscritos |
| 24 | Vigentes inscritos en blanco |
| 0 | Expulsión reglamentaria |

Tabla 2. Total de estudiantes de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica. Elaboración propia.

De esta información, se retomó únicamente a los egresados, tanto a los ya titulados como a los que no han solicitado su título, pero ya trabajan, esto porque muchos de los profesionales del diseño no requieren como tal de un título para laborar en el campo (no siempre es solicitado o trabajan como *freelance*). Por lo tanto, se obtuvo

un total de 3,002 egresados de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica de la UAM Xochimilco como *posibles* profesionistas que hoy en día ejercen.

Para elegir a los participantes, sin embargo, se tomaron en cuenta las siguientes consideraciones al tratarse de un estudio cualitativo, que pretende analizar la experiencia de los individuos: 1) Tener por lo menos cinco años desde su egreso de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica, 2) Actualmente laborar en el campo del diseño gráfico y 3) Residir en la Ciudad de México (preferiblemente) o en su defecto, en el país. Se consideró importante incluir entre los sujetos a entrevistar, profesionistas de diferentes edades y género, con la intención de profundizar en las diferentes perspectivas en cuanto a las transformaciones de la práctica profesional y obtener de esta manera resultados mucho más ricos y variados. No se limitó el estudio a sólo una generación, puesto que el objetivo era analizar el campo profesional, en el que ocurren todas estas dinámicas y en el que encontraremos diversos perfiles de diseñadores que debemos considerar en este trabajo.

Finalmente, para la búsqueda y selección, se solicitó directamente a la coordinación de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica referencias de alumnos egresados que cumplieran con los criterios previamente enlistados y que, además, pudieran participar en el estudio al estar familiarizados la UAM-X, lo que permitiría una buena disposición para apoyar la investigación de manera objetiva. Aunque se refirieron a un aproximado de diez egresados, se obtuvo una respuesta de cuatro, considerando también las condiciones derivadas de la pandemia por COVID-19 que no permitieron una búsqueda presencial y más directa, ya que se les contactó a través de redes sociales, lo que limitó bastante este acercamiento.

2. Recolección de datos

2.1 Técnica de recolección de datos

El procedimiento requirió de la previa selección de los sujetos, la preparación de preguntas para una entrevista y un sistema de clasificación para el análisis de resultados. Se contó con la participación de cuatro profesionistas egresados de la UAM-X, que actualmente se encuentran ejerciendo la práctica del diseño, en diversos campos laborales.

Aunque una entrevista estructurada pudo proporcionar datos más concretos, es importante mantenerse abiertos a la recepción de información adicional que pueda contribuir a la investigación. Por lo tanto, se planteó una entrevista semiestructurada, con preguntas previamente preparadas, con la posibilidad de incluir datos adicionales durante los encuentros.

Las entrevistas semiestructuradas se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información (Hernández, 2004, p. 404).

Las entrevistas se llevaron a cabo de manera individual, en espacios tranquilos y sin distracciones, a través de la plataforma zoom debido a la contingencia actual por la pandemia.

2.2 Diseño de entrevistas

Como parte del proceso de recopilación de información, se llevaron a cabo entrevistas a profundidad de corte semi-estructurado. La siguiente guía desarrolla los temas y categorías que abarcó el instrumento, con el que se buscaba recolectar información sustancial para realizar el proyecto de investigación.

La entrevista se dirigió a los profesionistas del diseño de la comunicación gráfica que cumplan con los siguientes parámetros:

- Ser profesionista egresado de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica de la UAM Xochimilco.
- Tener por lo menos cinco años de egreso de la carrera.
- Actualmente laborar en alguno de los campos del diseño, sin distinción entre las prácticas *freelance* o privadas.
- Residir en la Ciudad de México preferiblemente o, en su defecto, en el país.

2.2.1 Temas y categorías de las preguntas

–Introducción.

I. Formación en la UAM Xochimilco y transición al campo laboral.

II. Significado y valor de la práctica profesional.

III. Componentes, herramientas y proceso de diseño.

IV. Factores de transformación: sociedad contemporánea, complejidad, tecnología y mercado.

V. Práctica profesional actual. Tendencias, retos, riesgos y avances.

–Cierre.

2.2.2 Flujo de la entrevista

| Tema | Objetivo |
|--------------|--|
| Introducción | <p>Obtener datos personales, así como corroborar el tiempo de egreso (generación), información sobre el tiempo que lleva ejerciendo la profesión y el campo en particular en el que se desenvuelve (tipo de diseño y modalidad de trabajo).</p> <p>Intención: Romper el hielo y generar un ambiente de confianza para abrir al participante a la conversación.</p> <p>Tiempo de duración: 5 min.</p> |

| | |
|--|---|
| I. Formación en la UAM Xochimilco y transición al campo laboral | Conocer la experiencia del egresado al adentrarse al campo laboral y cómo su formación en la universidad fue relevante para su desarrollo profesional. Duración: 10 min. |
| II. Significado y valor de la práctica profesional | Identificar los significados de lo que se considera que es el diseño de la comunicación gráfica, así como el valor e importancia de la práctica profesional ante la sociedad. Tiempo de duración: 10 – 15 min. |
| III. Componentes, herramientas y proceso de diseño | Identificar los componentes de la práctica profesional, así como la diversidad de herramientas (tecnológicas y tradicionales) que se involucran en el proceso de diseño y en las etapas que lo componen. Tiempo de duración: 10 – 15 min. |
| IV. Factores de transformación: sociedad contemporánea, complejidad, tecnología y mercado | Averiguar cuáles son los factores de la sociedad contemporánea que tienen un mayor impacto en la práctica profesional, sus efectos positivos y negativos. El papel del mercado y la tecnología en el ejercicio del diseño y las limitaciones o alcances que permite. Tiempo de duración: 15 – 20 min. |
| V. Práctica profesional actual. Tendencias, retos, riesgos y avances | Conocer el estado actual de la práctica profesional. Las tendencias que se pueden reconocer en la profesión de acuerdo con las demandas de la sociedad contemporánea y los retos que implican para el profesionista. Los avances en el campo, mejoras, pero también los riesgos y perjuicios. Tiempo de duración: 15 – 20 min. |
| Cierre | Agradecimientos. Apertura a comentarios extra, opiniones de cómo se podría mejorar y qué falta para reforzar el quehacer profesional. Tiempo de duración: 5 – 10 min. |

Tabla 3. Flujo de la entrevista, categorías y objetivos. Elaboración propia.

2.2.3 Objetivo de la actividad

Conocer la experiencia y perspectiva de los profesionistas del diseño en referencia a las transformaciones de la práctica profesional del Diseño de la Comunicación Gráfica. Los factores que impactan, dirigen y constantemente transforman su quehacer profesional, los nuevos retos que tales cambios atañen a la práctica, así como las dificultades, ventajas, desventajas y mejoras que perciben.

2.2.4 Guía de preguntas



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA
Unidad Xochimilco

Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Xochimilco
Maestría en Ciencias y Artes para el
Diseño

Investigador: C. Vania Bartolini Villanueva

Proyecto de investigación: Transformación de la práctica profesional del Diseño de la Comunicación Gráfica en la Ciudad de México. Panorama actual y prospectiva del futuro de la profesión en la sociedad contemporánea

Población de estudio: Profesionistas egresados de la UAM Xochimilco

Duración: 1 hora 15 minutos aproximadamente.

Dinámica: La actividad consiste en una entrevista semi-estructurada, en la que el entrevistador realizará una serie de preguntas como tópicos de conversación para discutir el tema central del proyecto de investigación. El entrevistado puede aportar todo aquello que considere relevante respecto a su experiencia y opinión sobre el tema y podrá apoyar con ejemplos gráficos de su propio trabajo que considere pertinentes.

Nota: Durante esta entrevista se realizarán una serie de preguntas con la finalidad de obtener información sobre la experiencia y perspectiva como profesionista del diseño de la comunicación gráfica que actualmente labora en el campo. Las preguntas se dirigen exclusivamente a la disciplina del diseño gráfico, por lo que, cada que se hable de “diseño” “la práctica profesional del diseño” “profesionista del diseño”, “campo del diseño”, etcétera, nos estaremos refiriendo a la actividad ya señalada.

Guía de preguntas:

| Temas | Preguntas |
|---|--|
| <p>Introducción</p> <p>Duración: 5 minutos</p> <p>Objetivo: Presentación de ambas partes. Conocer a la persona entrevistada, su formación y trayectoria profesional.</p> | <p>¡Mucho gusto! Mi nombre es Vania Bartolini Villanueva y actualmente estoy cursando la maestría en Ciencias y Artes para el Diseño. El día de hoy estaremos discutiendo temas relacionados con la transformación de la práctica profesional del diseño y los factores que se involucran en dicho proceso.</p> <p>1. A modo de introducción, ¿podrías presentarte y platicarme sobre tu trayectoria como profesionista del diseño?</p> <ul style="list-style-type: none">• ¿Cuál es tu nombre?• ¿Qué edad tienes?• ¿Hace cuánto tiempo egresaste de la carrera?• ¿Cuánto tiempo llevas trabajando en el campo del diseño?• ¿A qué área en particular del diseño te dedicas?• ¿En qué modalidad laboras actualmente?• ¿Por qué decidiste dedicarte al diseño?• ¿Cuál es tu trayectoria? |

| | |
|---|---|
| <p>1. Formación en la UAM Xochimilco y transición al campo laboral</p> <p>Duración: 10 minutos</p> <p>Objetivo: Conocer la experiencia del egresado al adentrarse al campo laboral y cómo su formación en la universidad fue relevante para su desarrollo profesional.</p> | <p>2. ¿Cómo fue tu experiencia al egresar y adentrarte en el campo laboral? ¿Cómo fue esa transición?</p> <p>3. ¿Consideras que tu formación en la UAM tuvo un papel relevante para tu desempeño profesional? ¿Por qué? ¿Cómo?</p> <p>4. ¿Qué herramientas significativas te brindó la UAM especialmente para ayudarte a insertar y desarrollar en el campo laboral?</p> <p>5. ¿Crees que hizo falta algo en tu formación? ¿Qué dificultades y cuáles ventajas encontraste?</p> |
| <p>2. Significado y valor de la práctica profesional</p> <p>Duración: 10 minutos</p> <p>Objetivo: Identificar los significados de lo que se considera que es el diseño, su valor e importancia ante la sociedad.</p> | <p>6. Para ti, ¿qué significa diseño? ¿qué es diseñar? ¿qué implica?</p> <p>7. ¿Cuál crees que es el valor del diseño?</p> <p>8. ¿Por qué crees que es importante la práctica profesional del diseño y cuáles son sus aportaciones a la sociedad?</p> |
| <p>3. Componentes, herramientas y proceso de diseño</p> <p>Duración: 10 minutos</p> <p>Objetivo: Identificar los componentes de la práctica profesional, así como la diversidad de herramientas (tecnológicas y tradicionales) que se involucran en el proceso de diseño y sus etapas.</p> | <p>9. ¿Cuáles son los componentes y herramientas que identificas en la práctica del diseño?</p> <p>10. ¿Has notado algún cambio en el uso de técnicas y herramientas en los últimos años?</p> <p>11. ¿Qué significa para ti el proceso de diseño y cuáles son sus etapas? Descríbelo.</p> |
| <p>4. Factores de transformación: sociedad contemporánea, complejidad, tecnología y mercado</p> <p>Duración: 15 minutos</p> <p>Objetivo: Averiguar cuáles son los factores de la sociedad contemporánea que tienen un mayor impacto en la práctica profesional.</p> | <p>12. ¿Qué cambios sustanciales has notado en el ejercicio profesional en los últimos cinco años?</p> <p>13. ¿Cuáles son los factores que consideras que tienen un mayor impacto en la práctica profesional del diseño y que contribuyen a su transformación? ¿Por qué?</p> <p>14. ¿Cuál es tu opinión acerca de las nuevas tecnologías y el mercado en el diseño?</p> <p>15. ¿Cuál crees que es el papel de la sociedad en el diseño?</p> |
| <p>5. Práctica profesional actual. Tendencias, retos, riesgos y avances</p> <p>Duración: 15 minutos</p> <p>Objetivo: Conocer el estado actual de la práctica profesional. Las tendencias y</p> | <p>16. ¿Cuál es tu opinión respecto al estado actual de la práctica profesional? ¿cómo se ha mejorado/demeritado?</p> <p>17. ¿Cuáles consideras que son las problemáticas actuales y más relevantes de la práctica profesional?</p> |

| | |
|--|--|
| <p>problemáticas que se pueden reconocer en la profesión de acuerdo con las demandas de la sociedad contemporánea y los retos que implican para el profesionista.</p> | <p>18. ¿Cuáles consideras que son las tendencias actuales en el diseño? ¿Cuáles prevés para el futuro?</p> |
| <p>Cierre</p> <p>Duración: 5 minutos</p> <p>Objetivo: Agradecimientos. Apertura a comentarios extra, opiniones de cómo se podría mejorar y qué falta para reforzar el quehacer profesional.</p> | <p>23. ¿Deseas agregar algo más?</p> <p>¡Muchas gracias!</p> |

2.2.5 Sujetos entrevistados

De acuerdo con los criterios señalados anteriormente, se realizó una selección de los entrevistados a participar en el proyecto de investigación. Por motivos de confidencialidad, la identidad de los participantes se mantendrá privada. Aunque se puede señalar que, afortunadamente, se presentó una diversidad de los perfiles de los participantes, desde género, edad, generación de egreso, área de especialización, campo laboral y modalidad de trabajo. Esto, por supuesto, permite un panorama más amplio y rico en cuanto a la variedad de experiencias y perspectivas respecto al fenómeno a interpretar a continuación.

3. Análisis del discurso: resultados

Es importante aclarar que por cuestiones del confinamiento debido al COVID-19, el número de entrevistados fue reducido. Las entrevistas realizadas a los cuatro participantes presentaron una duración aproximada de hora y media, en la que se abordaron los temas y preguntas planteados en la guía. Para su análisis, se tomó como referencias las categorías de cada conjunto de reactivos. Se abordó desde el modelo de análisis del discurso que propone Teun van Dijk, en el que sugiere que

“los actos de habla requieren de un modelo que de cuenta de las maneras en que los usuarios individuales del lenguaje manejan los actos de habla en un contexto social” (Meersohn, 2005). Por otra parte, este análisis también retoma la relación entre el discurso-contexto, que:

...puede dar cuenta de la complejidad del discurso y de la manera como las estructuras lingüísticas se relacionan con las estructuras cognitivas y sociales, cuando se utilizan en un contexto determinado. A partir de esta relación es posible comprender la manera como los sujetos, en tanto participantes de un evento comunicativo y social, establecen la relación entre sus relatos y la situación social, tal como ellos la interpretan. Esta relación es a la vez interpretativa, subjetiva y personal. (Pinilla, 2006, p. 10).

A continuación, se presentan algunos de los hallazgos encontrados en cada una de estas categorías a interpretar, en el contexto de la práctica profesional de los egresados de la licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica de la UAM Xochimilco, en el marco de la sociedad contemporánea mexicana.

Los temas previamente señalados en el guion de preguntas de la entrevista, a manera de tópicos de conversación a los que se asignó diferentes reactivos para abordar los intereses de la investigación, han sido sintetizados de la siguiente manera en cinco categorías para su respectivo análisis: I) Formación, II) Significados, III) Proceso, IV) Factores de transformación y V) Actualidad.

3.1 Categoría I: Formación

En primera instancia, en su mayoría, los entrevistados percibieron que, si bien la UAM les brindó las bases necesarias de conocimiento prácticas y teóricas, incluyendo la investigación científica como método para abordar problemáticas desde el diseño, consideran algunos aspectos de su formación incompletos, al carecer de ciertas materias que les habría facilitado su transición al campo laboral. Esto, en

consecuencia, ha demandado una constante actualización por parte de los egresados, aunque este aspecto no se considera como tal negativo, al ser casi un requisito para continuar mejorando el quehacer profesional, para acceder a nuevos medios, herramientas y conocimientos que van acorde con la realidad en la que transcurre su práctica.

Por otra parte, sus primeras experiencias como profesionistas del diseño las percibieron inciertas, mal pagadas y que no estaban del todo preparados para afrontar la magnitud de lo solicitado por parte de sus clientes, sean privados o de las compañías o instituciones en las que obtuvieron tales puestos de trabajo, sin mencionar la competencia por la poca oferta y la gran demanda de empleos.

En cuanto a la investigación científica, los profesionistas entrevistados lo consideran como un elemento fundamental para sustentar cualquier actividad o proyecto que les competa, por lo que se ha mantenido recurrente desde su egreso de la carrera hasta la actualidad. Este aspecto incluso fue denominado como único en comparación con otros colegas, de otras universidades, con los que han trabajado y que marca una enorme diferencia en los procesos de diseño y en los resultados de sus proyectos.

I. FORMACIÓN.

Formación en la UAM Xochimilco y transición al campo laboral.

Objetivo: Conocer la experiencia del egresado al adentrarse al campo laboral y cómo su formación en la universidad fue relevante para su desarrollo profesional.

• Sobre su experiencia al egresar:

1) *La verdad, para mi fue muy dura porque... para mí fue terrible. Yo acabé la carrera y me deprimí, o sea, yo me sentía tan mal de decir "¿Cómo? O sea, ya acabé y todavía no sé nada".*

2) *Fue muy dura, muy dura, porque, bueno, cuando egresamos, salimos a buscar trabajo de ilustración. Y el campo laboral de ilustración era muy poco en la en aquellos entonces, había mucha muy poca oferta y mucha demanda. Salías y encontrabas, así como a 20 o 30 personas para un puesto, te pedían tantos años de experiencia, te perdían muchísimas cosas y tenías que competir por un puesto. Y fue duro porque, tú ya no puedes esperarte a decirle a tus papas "pues aguántenme" ¿no? O sea, tú ya tienes que salir y empezar a desarrollarte como profesionista.*

• **Sobre su formación en la UAM Xochimilco:**

1) *Sí. Sí, Bueno, lo más importante, nos dio las bases, ¿no? Las bases del diseño. Otra cosa importante que nos dio la UAM y que, hasta la fecha la seguimos aplicando, así como religiosamente, es la investigación. O sea, no puedes hacer diseño sin investigación.*

2) *A mí de la UAM lo que te puedo decir es que, como muchos colegas han dicho, el sistema metodológico de investigación, el cómo te preparan para tú ser autosuficiente, aprender por ti mismo, buscar los medios y no sólo eso, sino que tu trabajo tenga un perfil social, eso a mí me ayudó muchísimo. Porque, actualmente, todas las marcas están buscando eso, están buscando que las soluciones de comunicación gráfica que les presentes tengan un perfil social, porque es lo que ahorita, hoy en día, las marcas venden más.*

3) *Sí. Tuvo un papel muy relevante por diferentes aspectos. El primero, el hecho de una formación hacia una investigación, no quedarte con lo que sabes [...] desde la parte de herramientas y metodologías hasta la parte humana sí ayudó bastante esa formación y... pues, por esa parte, creo que la UAM tiene que actualizarse en algunas cosas, pero también considero que algunas carencias fueron lo que nos enseñaron a varios, no sólo a mí, a fortalecerse.*

4) *Lo que nos aportó la UAM y lo que deberían seguir aportando es eso, las bases fundamentales del diseño, de cómo conceptualizar, de cómo idear, de cómo hacer esto, de saber más historia, más conceptualizar. Eso es lo importante y es lo que nos llevamos. El investigar, importantísimo. Yo conozco muchos egresados de otras carreras, de otras universidades que no les enseñaron a investigar y que cuando están empezando a diseñar, empiezan de cero y no saben, no investigaron, entonces hacen cosas que no tienen nada que ver con lo que te están pidiendo.*

5) *Pues, sí. Sí me hizo falta. En lo personal, cursé la carrera, había materias que estaban obsoletas. Siento que perdí mucho tiempo en cosas que no me sirvieron. [...] Y materias así que dices “hubiera preferido que me dieran más administración” porque tampoco te forman como para ser un profesional independiente y eso es una deficiencia que tuvo la escuela en aquellos momentos.*

Tabla 4. Fragmentos de las entrevistas realizadas durante el mes de abril de 2021, correspondiente a la categoría de análisis I. Formación. Por cuestiones de confidencialidad, no se han dado las referencias a los entrevistados. Elaboración propia.

3.2 Categoría II: Significados

Sobre la segunda categoría de análisis, se encontró un amplio y muy variado referente en cuanto al significado y valor que se le otorgan al diseño los entrevistados, muchas veces dependiendo del contexto en el que transcurre su práctica profesional para ser comprendido y explicado. Esto, por supuesto, recalca la confusión que existe sobre la actividad profesional, un referente que en ocasiones actúa como un obstáculo para los DCG, pero que también tiene una relación con la amplitud de necesidades que requieren soluciones del diseño y que, cada vez, han propiciado la creación de nuevas y extensas ramas dentro de la misma profesión. Sin embargo, se recalcó ampliamente la importancia de la práctica profesional como una actividad capaz de resolver

muchos de los problemas de nuestra sociedad, aunque esta todavía necesita reconocerla como la actividad tan importante que es, por lo que se tiene una escasa valoración de la disciplina.

Otro interesante tópico que se replicó en las entrevistas fue la relevancia de la figura del diseñador en este proceso, en especial, de aquellos que se han formado para obtener los conocimientos necesarios para practicar como diseñadores. Si bien, existe la creencia de que cualquier persona puede hacer diseño y utilizar las herramientas propias de la profesión, esto no implica como tal que los resultados de diseño sean idóneos, investigados y/o funcionales en todos sus casos. Por supuesto, esto destaca la importancia de una formación adecuada, visible y actual, que otorgue a la profesión la seriedad que ya tiene, pero que todavía no se le reconoce. Aunque tampoco se puede garantizar que la formación profesional sea estrictamente necesaria para hacer diseño, sí le da una mayor relevancia socialmente.

II. SIGNIFICADOS.

Significado y valor de la práctica profesional

Objetivo: Identificar los significados de lo que se considera que es el diseño de la comunicación gráfica, así como el valor e importancia de la práctica profesional ante la sociedad.

• Sobre el significado del diseño:

1) Aunque está definida en libros, que es una actividad creativa, este... me parece que ha ido tomando diferentes valores o respuestas, depende a quién se lo preguntes, porque el diseño en general es muy amplio.

2) El diseño gráfico, como tal, para mí, es una disciplina creativa que te sirve para dar soluciones de comunicación. Estas soluciones pueden ser estéticas o pueden ser funcionales o pueden ser simbólicas, pero para mí diseñar es crear soluciones, como tal, ¿no? Siempre es buscar una solución de comunicación gráfica y esto implica muchísimas cosas...

3) El concepto de librito pues ahí está y tiene muchísimos autores y todo mundo está peleándose por qué es, por definir el diseño. Para mí, el diseño es acomodar las cosas para que funcionen y con las cosas pueden ser ilustraciones, pueden ser metodologías, pueden ser dibujos, pueden ser sonidos, incluso simplemente mensajes. Por lo tanto, el diseño no está únicamente en el uso de la imagen, pero está prácticamente presente en todas nuestras vidas porque somos seres sociales.

• Sobre el valor del diseño:

1) Sí tengo esa creencia que el diseño es sumamente importante dentro de nuestra vida, de que... y lamentablemente es una de las cosas que más se involucran, pero son fantasmas, prácticamente está detrás de bambalinas. [...] Se involucra en todos los aspectos de nuestra vida. Desde los cotidianos, educación, trabajo, salud [...] es valiosísimo en todo ámbito, porque es lo que te vas a dar cuenta cuando un diseño está

bien hecho.

2) Siento que como diseñadores tenemos que valorizar la profesión. Nos ha tocado también que nos reducen a un operador de máquina, nos reducen a un realizador de logotipos, de catálogos, de trípticos. La carrera la han devaluado tanto y, o sea, a mí me daba mucho coraje cuando iba pasando por la calle y veía “diseñador gráfico en un año o diseñador gráfico en 6 meses” y yo así de ¿entonces qué? ¿yo qué hice de 4 años en la Universidad? Es molesto, es molesto y si nosotros como profesionista no elevamos la profesión, pues nos van a seguir viendo así, como simples dibujadores de monitos.

• **Sobre la relevancia de la práctica profesional y la figura del diseñador:**

1) Porque si no se genera un buen diseño o mínimo un diseño que funcione en empresas, industria, cultura, educación, salud, turismo, industria, no vamos a poder hasta cierto punto optimizar los procesos y se van a empezar a desperdiciar recursos -materiales y humanos-. [...] Entonces, en dónde y por qué es tan importante es en esa parte de que, si no se tiene un buen diseño donde se valoren todos los aspectos que se tienen que optimizar, que se tienen que cuidar y que tienen que funcionar dentro de un ámbito, si podemos decir “ético”, pues, probablemente vamos a tener lo que en este momento estamos, en un deterioro ecológico, en un deterioro social.

2) ¿Cualquier persona puede ser diseño? Creo que no, pero creo que cualquier persona, de cualquier origen, si está dispuesto a tomar una capacitación mínima necesaria, básica para su funcionamiento, puede realizar diseños y, por supuesto, hay necesidades en las que es indispensable el funcionamiento no solamente de un diseñador, sino necesita un equipo multidisciplinario, con la experiencia de todos, para poder realizar ese diseño.

Tabla 5. Fragmentos de las entrevistas realizadas durante el mes de abril de 2021, correspondiente a la categoría de análisis II Significados. Por cuestiones de confidencialidad, no se han dado las referencias a los entrevistados. Elaboración propia.

3.3 Categoría III: Proceso

Respecto a la tercera categoría de análisis correspondiente al proceso de diseño, se tiene la constancia de que en este toman parte una variedad de elementos, desde herramientas tradicionales hasta nuevas tecnologías, aunque factores como la creatividad, la mente y la investigación resultaron ser fundamentales para cualquier proyecto, así como el manejo y diseño de conceptos que deben ir de la mano con las necesidades del cliente o problema a resolver. De esto, se recalca la importancia de una formación adecuada para los diseñadores, ya que su práctica profesional consta no solamente de elementos prácticos como el manejo de programas y equipo de diseño, sino también conocimientos teóricos que fundamenten tal proceso. Estos dos ámbitos, lo práctico y lo teórico, son indispensables y trabajan en conjunto, no siempre

de manera simultánea durante las etapas del proceso de diseño, pero son igualmente necesarios e indispensables.

Por otra parte, aunque no de forma explícita, se apreció en el discurso de los egresados las etapas propuestas en las Bases Conceptuales de la División de Ciencias y Artes para el Diseño, dichas sean: 1) conceptualización fundamentada, 2) formalización y prefiguración, 3) materialización y realización proyectual, y 4) aplicación y ejecución del diseño. Sin embargo, a pesar de que estos fundamentos se encuentran de forma implícita en su quehacer profesional, se reconoció que no es un proceso lineal, ya que puede variar dependiendo de las circunstancias, necesidades, herramientas, recursos y exigencias ajenas al proyecto, lo que da como resultado un proceso complejo. Cabe destacar en este apartado que la experiencia de los diseñadores puede tener un gran impacto en cómo se aborda el proceso de diseño puesto que, aunque no se tenga como tal un orden y nombre específico a cada etapa, el procedimiento se convierte en algo natural y que fluye por sí solo.

Además, el contraste existente en lo que los egresados aprendieron durante su formación respecto al proceso y componentes de diseño, estos referentes que adquirieron a través de la literatura no siempre coinciden con la realidad de su práctica. Sin embargo, han sido la base para forjar su propio proceso.

III. PROCESO.

Componentes, herramientas y proceso de diseño

Objetivo: Identificar los componentes de la práctica profesional, así como la diversidad de herramientas (tecnológicas y tradicionales) que se involucran en el proceso de diseño y en las etapas que lo componen.

• Sobre la relevancia de las herramientas y su impacto:

1) *Pues, las herramientas más importantes para nosotros son la mente y la creatividad, el conocer, el informarte y ya después de ahí las herramientas físicas...*

2) *La herramienta número uno es comunicación. La herramienta número dos es documentación. Creo que, en base a eso, ya puedes adaptarte a los recursos que tengas. [...] Sí, ha habido un aumento dentro de la capacidad de herramientas, afortunadamente son mucho más accesibles, jamás hubiera imaginado tener como ahorita tener una videoconferencia en tiempo real en mi tiempo de estudiante. Ha ayudado mucho, ha evolucionado, sí, nos... es una comunicación distinta, no voy a decir que es mejor ni peor, pero creo que*

eso ya... el mayor cambio que yo he visto: la disponibilidad en la base de tecnología, pero en cuanto a técnicas los principios continúan siendo muy básicos: comunicarte, preguntar y saber qué necesitas.

3) Las herramientas son importantes, sí, sin embargo, el profesional, el diseñador, la diseñadora, son quienes tienen esa responsabilidad del manejo de conceptos. En base de su manejo de conceptos es a partir de donde se tiene que mover absolutamente todo.

• **Sobre los componentes de la práctica profesional y el proceso de diseño:**

1) A ver, el primero y creo que es el más importante es resolver una cuestión. Siempre tener ese punto de partida. A veces sí es dar una solución, a veces es mejorar la solución que ya tenemos. Entonces, desde el que preguntas y sabes cuál es el primer problema ahí ya tenemos un punto de partida.

2) La primera etapa que tengo para con todos los diseños que realizo sí es hacer un interrogatorio amplio acerca de las necesidades del proyecto más allá de las necesidades del cliente. Esa primera etapa es de ¿qué necesita el proyecto? No tú como cliente, no yo como persona, entonces, ¿qué necesito? Primero, ¿qué necesitas? ¿para cuándo? ¿cómo? y ¿para qué? La segunda de, esto es lo que se necesita, este es el tiempo que requiero, esto es lo que yo puedo dar. Siguiendo etapa: estos son los avances que se tienen. Última etapa: aquí está el producto final, todavía se pueden hacer algunas afinaciones y contemplación de resultados. (Se intenta que sea en ese orden, pero...) Casi nunca es lineal.

Tabla 6. Fragmentos de las entrevistas realizadas durante el mes de abril de 2021, correspondiente a la categoría de análisis III Proceso. Por cuestiones de confidencialidad, no se han dado las referencias a los entrevistados. Elaboración propia.

3.4 Categoría IV: Factores de transformación

En cuanto a la cuarta categoría que corresponde a los factores que influyen en la transformación de la práctica del diseño de la comunicación gráfica, a través del discurso de los egresados se encontró que el contexto (medio/espacio), los individuos (sociedad/cliente/mercado) y la tecnología son los principales elementos que transforman su quehacer profesional y dependiendo de tales circunstancias es que se adaptará y delimitará la actividad del DCG. Esto permite vislumbrar la inquebrantable conexión que existe entre el diseñador y su medio que, además, le proporciona las condiciones y herramientas necesarias para llevar a cabo su labor.

Entre dichas herramientas se encuentra la tecnología, que hoy en día es un factor que no puede separarse de la práctica de los egresados. Estos mismos refieren al debate que existe respecto al tema, sobre quienes consideran que el uso de tecnologías puede llegar a ser contraproducente para la profesión. Sin embargo,

también ha proporcionado grandes ventajas, tales como una mayor accesibilidad, eficacia e inmediatez, lo que facilita las actividades de los diseñadores y les permite utilizar diferentes medios, recursos y plataformas para comunicar con los que anteriormente no contaban, por lo que deben aprovecharse en beneficio tanto de los individuos a los que se dirige el diseño, como de los diseñadores al crear tales contenidos, sin olvidar la perspectiva ética.

Adicionalmente, en cuanto a la sociedad, las referencias de los egresados demostraron una consciencia muy clara del papel que juega dentro de la práctica profesional, de gran relevancia al ser un elemento que dicta y exige de acuerdo con sus necesidades y requerimientos, mismos que el diseñador buscará corresponder, de tal manera que se precisa obtener el reconocimiento adecuado por parte de la misma sociedad hacia la labor de los diseñadores de la comunicación gráfica por lograr tal cometido.

IV. FACTORES.

Factores de transformación: sociedad contemporánea, complejidad, tecnología y mercado.

Objetivo: Averiguar cuáles son los factores de la sociedad contemporánea que tienen un mayor impacto en la práctica profesional, sus efectos positivos y negativos. El papel del mercado y la tecnología en el ejercicio del diseño.

• Sobre los factores que tienen impacto en la práctica:

1) *¿Qué es lo que te cambia o te altera o transforma? Pues, el espacio en donde lo estás comunicando. A mi parece que eso es como lo que ahorita está marcando o hace que el diseño tenga que evolucionar o transformarse... o adaptarse incluso a estos espacios.*

2) *El mayor factor que influye dentro de este proyecto profesional es el cliente, con quien vas a hablar, ¿no? No quiero decir el cliente que siempre es una persona sino el cliente puede ser el proyecto, ¿no? El tipo de proyectos que necesitas. Eso es lo que en realidad tiene mayor impacto en cuanto a esta formación.*

3) *Ahorita, para bien, yo siento que el factor que está teniendo una influencia importante en nuestra profesión, es lo que te platicábamos de la tecnología, que ya todo está más abierto y que ya no necesitas depender de una empresa o una dependencia o lo que sea, para que tú puedas desarrollarte como como diseñador, yo creo que eso es importante.*

• Sobre la tecnología en el diseño:

1) *Mucha gente sataniza a las nuevas tecnologías. Por supuesto hay gente que las utiliza para fines sumamente antiéticos, pero, bien aprovechados pues, se han podido ir ayudando poco a poco.*

2) *Yo siento que el factor que está teniendo una influencia importante en nuestra profesión, es [...] la*

tecnología, que ya todo está más abierto y que ya no necesitas depender de una empresa o una dependencia o lo que sea, para que tú puedas desarrollarte como diseñador, [...] El mundo del entretenimiento está creciendo muchísimo y son muchas oportunidades. El que ahora el mundo ya sea global y que ya te puedas mover...

3) Me parece que nosotros no tenemos porqué limitarnos con la tecnología, sino, al contrario, usar lo mayor posible que tengamos, porque al final las tecnologías son herramientas que nos facilitan la vida, nos facilitan lograr justo lo que queremos alcanzar.

• **Sobre el papel de la sociedad en el diseño:**

1) Pues, es muy importante, es muy importante porque, finalmente, nosotros trabajamos para la sociedad ¿no? Como comunicadores tenemos que resolver los problemas de grupos [...] la sociedad nos tiene que mirar de otra manera, nos tiene que mirar de otra forma para que puedan valorar nuestro trabajo...

2) Sí y al final es lo que decía en un principio, nosotros diseñamos para la gente ¿no? Diseñamos también para nosotros, pero principalmente diseñamos para la gente, entonces, la influencia de la gente hacia nosotros como diseñadores pues es muy importante, porque para ellos trabajamos, no para nosotros, para ellos. No somos artistas.

Tabla 7. Fragmentos de las entrevistas realizadas durante el mes de abril de 2021, correspondiente a la categoría de análisis IV Factores. Por cuestiones de confidencialidad, no se han dado las referencias a los entrevistados. Elaboración propia.

3.5 Categoría V: Actualidad

El diseño es una actividad en constante evolución y que posee una enorme capacidad de adaptación al medio en el que se desenvuelve. Está profundamente vinculada a las necesidades de una sociedad también *cambiante*, demandante, compleja. De acuerdo con los entrevistados, el auge constante de nuevas tecnologías ha abierto un amplio panorama para el diseño, que ciertamente exige a sus profesionistas mantenerse actualizados para comprender la dinámica en la que se desarrolla su actividad profesional. A pesar de la gran cantidad de problemáticas que atraviesa, es una práctica que, bien encaminada, tiene el potencial de brindar grandes beneficios a futuro. No obstante, necesita hacer frente al desconocimiento e ignorancia que se presenta, no sólo por parte de la sociedad, sino desde el mismo gremio, esto con el objetivo de hacer reconocer su valor, significado e importancia del quehacer profesional del diseño a favor de la sociedad.

Sin embargo, a pesar de los grandes avances, beneficios y oportunidades que presenta el quehacer profesional del diseño de la comunicación gráfica, los egresados

mencionan que se requiere con urgencia no sólo de un mayor conocimiento del público respecto a la profesión, sino también, de elementos que proporcionarían a la práctica un medio más estable, justo y equitativo, en el que sea reconocido, bien pagado y que goce de protección legal como cualquier otra actividad profesional.

La figura del diseñador, a futuro, será todavía más relevante como un actor capaz de brindar propuestas y soluciones de diseño a los problemas de nuestra sociedad; por lo tanto, se necesitan resolver estas dificultades para consolidar mejor al DCG en su medio, de tal manera que pueda servir a la sociedad de una forma más idónea. Para esto, además, se sugirió reforzar las actividades de los diseñadores con otras disciplinas, permitiendo así la multidisciplina, interdisciplina y transdisciplina que sería benéfica al colaborar con otras áreas de estudio, con lo que se abrirían nuevos horizontes, tanto para profesionistas como para la misma práctica profesional del diseño de la comunicación gráfica.

V. ACTUALIDAD.

Práctica profesional actual. Tendencias, retos, riesgos y avances.

Objetivo: Conocer el estado actual de la práctica profesional. Las tendencias que se pueden reconocer en la profesión de acuerdo con las demandas de la sociedad contemporánea y los retos que implican para el profesionista. Los avances en el campo, mejoras, pero también los riesgos y perjuicios.

• Sobre el estado actual de la práctica:

1) *Tenemos una práctica de diseño que está madurando día con día, una práctica de diseño que está mejorando día con día y se está adaptando a las necesidades actuales de una sociedad que en este momento está muy desorientada en muchos aspectos y se puede ver reflejado. [...] Otra parte es que, lamentablemente, nos está dejando ver cómo hay una ignorancia o un desconocimiento hacia una práctica real del diseño. Entonces, hay esta segunda cuestión. Hay mayor conocimiento y mayor accesibilidad de conocimiento y a su vez hay un desaprovechamiento inmenso de esa información.*

2) *En diseño yo creo que estamos pasando una transición, en donde ahorita, lo que estamos platicando es que el diseñador ya se está empezando a valorar como tal y por eso pasó lo que pasó con el aeropuerto, por paso con los libros de texto. Ya está habiendo conciencia de que somos diseñadores, nuestro trabajo vale y ya no lo vamos a regalar, ya lo vamos a valorizar ¿no? Entonces, yo creo que esa es la parte más importante ahorita de como, del diseño, se está tomando un cambio hacia que ya realmente se vea seria la carrera, como lo que es ¿no? Como que vean que ya hacemos cosas y que aportamos mucho a la sociedad.*

• Sobre las problemáticas actuales:

1) *Creo que la principal problemática así viene siendo un desconocimiento e ignorancia total de toda la preparación necesaria para la solución de una situación. Las herramientas son maravillosas, los instrumentos*

que tenemos son chidos, el conocimiento que tenemos está genial, todo está bien hasta que te topas con el factor humano...

2) En México no hay un sindicato, ni nada de diseñadores en los que te... haya algún proceso legal en el que tengan establecido el pago, por ejemplo. [...] Y otra es que, en el mercado mexicano, todavía no hay una cultura como tal. O sea, ser freelance y sólo dedicarte a empresas mexicanas es todavía peor, porque las transnacionales por lo menos se tardan 60 días en pagarte, pero las mexicanas luego no te quieren pagar o te quieren pagar la mitad o te están regateando todo el tiempo y los tienes que estar correteando y les vale y te dejan de pagar años. Es muy difícil, hay poca seriedad en ese tema.

3) Pues yo creo que, la más importante, es que no es bien pagado. De hecho, estamos dentro de las carreras peores pagadas de México. En México todo está mal pagado pero la nuestra es una de las carreras peor pagadas. Entonces, yo creo que es importante que sí hagamos esa diferencia entre los profesionales. [...] Y dices, pues no es justo, o sea, no es justo que se pida a una persona súper capacitada y que no le quieras pagar lo justo. Yo creo que ese es el mayor problema que tenemos ahorita como diseñadores profesionales.

• Sobre el futuro de la profesión y sus próximas tendencias:

1) A mí me parece que la carrera diseño es súper redituable y tiene mucho futuro, porque todo el mundo no suelta el celular en la mano y todo lo que ves en tu celular tiene diseño. Entonces, no es... yo no siento que sea una carrera que te vaya a durar poco o que tenga fecha de caducidad, al contrario, siento que va a dar todavía para muchísimo más.

2) La tendencia es la inmediatez, o sea, ya no te puedes esperar. Ya lo vemos en los medios de comunicación, ahorita ya la televisión, así como la televisión y la radio sustituyeron en su tiempo al periódico y demás, ahorita las redes sociales pues están haciendo a un lado la televisión y la radio. [...] Hacia allá vamos, hacia reducir tiempos, hacia reducir costos, muchas cosas que antes te llevaban más tiempo, más trabajo, producir un comercial, tanto espacio, dinero, bla, bla, ahora puedes hacerlo desde tu casa, desde un espacio pequeño, todo muy rápido, todo más accesible.

• Sobre los retos de la práctica profesional:

1) Tienes que mantenerte vigente, no puedes quedarte dormido. Yo tengo compañeros que se quedaron ya muy rezagados [...] Entonces, es una carrera contra el tiempo porque tienen las nuevas generaciones, vienen con nuevas cosas. Diseñar es... es un reto diario.

2) Uy, mantenerse actualizado. Me parece que es un reto tremendo porque, en tu chambra del día a día, hay veces que ya pierdes la noción de que ya salieron dos o tres actualizaciones nuevas y te estás quedando... y no sólo, de software, sino estarte actualizando teóricamente, culturalmente, tienes que ver... mantenerte al día todo el tiempo [...] A mí me parece que el reto del diseñador es esta búsqueda interminable por conocimiento y por tecnología.

3) La verdad es que lo único que nos toca como diseñadores es seguirnos adaptando, seguirnos preparando, no dejar de actualizarnos ¿no? O sea, la próxima tecnología que venga, adaptarse y agarrarla y aprenderla y a usarla. Porque sino nos vamos a quedar como viejitos, como doctores brujos, ¿no? Con cosas que ya no se utilizan ahora ¿no? Somos diseñadores, si nosotros nos hubiéramos quedado con lo que aprendimos no sé qué estaríamos haciendo ahorita.

• Sobre lo que falta para mejorar y consolidar la profesión:

1) ¿Qué nos hace falta? Uno: creémosla. Me parece que la mayoría de nosotros nos auto sabotamos y no nos la creemos. Dudamos mucho de nosotros mismos y de nuestras capacidades. Dos: seguir, nunca dejar de aprender y de crecer, me parece que muchos nos quedamos con lo que aprendimos en la escuela o con un curso y creemos que eso ya es suficiente y no.

2) Creo que también ahí entra esa parte de la sociedad de ir educando al cliente, eso también es un concepto que he tratado mucho con las personas que trabajo, con mis alumnos también, con mis clientes. Es ir

comunicándole de una manera asertiva el trabajo que cuesta, ir comunicándole el esfuerzo, los recursos, el tiempo, para que poco a poco vaya conociendo el proceso. Muchas veces, creo que la parte del desconocimiento de todo el proceso es lo que hace que la gente crea que lo resolviste en 5 minutos porque eres un mago y, pues no, la verdad es que lo resolviste en 5 minutos porque llevas 20 años haciéndolo.

3) Creo que lo más importante es reforzar mucho los vínculos con todas las demás licenciaturas, con todas las demás profesiones, que no se enclaustran. Sobre todo, por experiencia personal, no puedo demostrarlo, pero, considero que muchos de los diseñadores tenemos un perfil hasta cierto punto introvertido. Que no nos gusta mucho interactuar con las personas a diferencia de otras licenciaturas que he visto que son mucho más sociales y tienen un perfil distinto.

Tabla 8. Fragmentos de las entrevistas realizadas durante el mes de abril de 2021, correspondiente a la categoría de análisis V. Actualidad. Por cuestiones de confidencialidad, no se han dado las referencias a los entrevistados. Elaboración propia.

El discurso de los participantes es un referente de la consciencia que se tiene respecto a la situación actual del diseño, tanto de sus alcances y limitaciones, y es un ejemplo del interés que existe de parte de los profesionistas por otorgarle una mayor visibilidad y relevancia. Esto, por supuesto, requiere de acción por parte de los mismos diseñadores de la comunicación gráfica, que ya están tomando partido en resolver las problemáticas que se le atañen a la profesión y por ello, se debe considerar las nuevas tendencias a las que se dirige, así como las nuevas tecnologías, materiales, conocimientos y medios.

De acuerdo con los egresados, este proceso requiere de una constante actualización a los contenidos mismos de la práctica, así como de fomentar una actitud en los profesionistas que esté a la altura de tales retos y que les permita, por otra parte, encaminar y educar a la sociedad sobre lo que la disciplina les ofrece. Así como la misma profesión continuará transformándose y adaptándose a las circunstancias y medio en el que se desenvuelve, los mismos diseñadores necesitan adaptarse y seguir preparándose para enfrentar estas situaciones con responsabilidad, para lograr las condiciones óptimas en la profesión que les permita llevar a cabo su labor de la manera más idónea y con el propósito de dar solución a problemas de comunicación gráfica.

CONCLUSIONES: APROXIMACIONES FINALES

La situación actual del diseño de la comunicación gráfica, en ocasiones, parece atravesar un momento paradójico e incierto. Por una parte, podemos observar el gran desarrollo y evolución de la actividad hasta consolidarse en la disciplina que conocemos hoy en día. Los grandes avances tecnológicos han facilitado el quehacer profesional, haciendo más eficientes y accesibles los diversos procesos que componen la práctica profesional. Sin embargo, a pesar de la gran relevancia que guarda el diseño gráfico dentro de la complejidad de la sociedad contemporánea mexicana, todavía queda mucho por hacer para continuar mejorando nuestra ya de por sí invisibilizada y todavía joven profesión.

Resulta evidente la necesidad de establecer en forma las bases generales del diseño, empezando por su significado. Si bien, no podemos descartar la riqueza en la diversidad existente de ramas del diseño gráfico y en los mismos alcances que la profesión tiene, es importante definir con precisión los límites y características de la actividad. Esto requiere ser atendido con urgencia desde la profesión, para lograr exteriorizar con una mayor certeza de la importancia del diseño para la sociedad a la que intenta atender, de tal manera que podamos esclarecer por qué el diseño es una actividad tan esencial en nuestra vida cotidiana, en la que radica su verdadero valor, que bien identificado y aplicado, puede aportar con creces a muchas de las situaciones actuales que necesitamos atender colectivamente.

Los profesionistas deben estar preparados para enfrentar todos estos cambios, lo que va más allá de habilidades técnicas o conocimientos teóricos que, si bien son pilares de la profesión, ya no son suficientes. El profesionista del diseño de la sociedad contemporánea mexicana tiene que saber transitar en esta nueva realidad,

cambiante, demandante, altamente conectada, líquida y compleja, que parece evaporarse al instante. Es curioso que, muchas de las problemáticas que se le atañen a la profesión no son actuales, pero hasta ahora, los esfuerzos por encontrar soluciones siguen a medio camino. Esto requiere del fortalecimiento en la docencia, una actualización en los planes de estudio, para depurar aquellos conocimientos que ya resultan obsoletos para la formación de los profesionistas del diseño de la comunicación gráfica y que, además, se considere añadir a sus programas materias ajenas al diseño en sí, pero necesarias, que permitan una mayor solidez en la práctica profesional, como la mercadotecnia, contabilidad, publicidad y marketing, incluso conocimientos legales enfocados al diseño.

Por otra parte, las condiciones que se presentaron derivadas de la actual pandemia por COVID-19 que, aunque no estaban consideradas inicialmente en esta investigación, destacaron aún más algunas carencias en el quehacer profesional a las que se enfrentan los DCG día con día, especialmente ante la modalidad del *home office* que, a pesar de no ser nueva en el área del diseño, demuestra muchas dificultades para los profesionistas que incluso tienen grandes impactos en su salud, al exponerse a largas jornadas de trabajo, sin horarios fijos y pocos –o nulos– espacios recreativos o para descansar y realizar actividades básicas. Es necesario considerar esta forma de trabajo y plantear sus limitaciones y características en beneficio de los profesionistas, esto porque, a pesar de que la contingencia sea superada, son modalidades de trabajo que prevalecerán y continuarán expandiéndose por las comodidades que ofrecen respecto al ahorro de recursos, tiempo y dinero.

Como actividad cambiante, en constante movimiento y evolución, el diseño de la comunicación gráfica continuará transformándose de acuerdo con las necesidades

del entorno. Por este motivo, es vital mantener la profesión vigente y actualizada. La tarea, aunque compleja, es un requisito indispensable para que la disciplina continúe creciendo, rompiendo barreras y pueda cumplir con su cometido. Aquí también radica la enorme importancia de fomentar la investigación en el diseño de la comunicación gráfica, que si bien, no es nula, se ha quedado corta en el ahondar las problemáticas que acontecen en la disciplina. En nuestro país, especialmente, es un campo poco explorado, lo que pudo apreciarse a lo largo de la presente investigación, al encontrarse referentes limitados para sustentar los apartados teóricos y conceptuales.

En el caso de los profesionistas egresados de la licenciatura en diseño de la comunicación gráfica de la UAM Xochimilco, se puede reconocer cómo el elemento de la investigación ha sido fundamental para su desarrollo profesional, por lo que se invitaría a otras instituciones docentes a integrarlo a sus planes de estudio. El diseño es y siempre será una actividad premeditada, que requiere de un proceso informado para lograr las condiciones óptimas en cualquiera que sea su objetivo y hoy en día, que sus esfuerzos están siendo encaminados cada vez más a solventar problemáticas sociales, debe fundamentarse en bases sólidas, para lo que la investigación es una herramienta primordial y más que necesaria.

Cabe destacar el gran mérito de algunos esfuerzos encaminados por lograr tal objetivo, tales como las propuestas de asociaciones civiles como Encuadre (Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño Gráfico) y CODIGRAM (Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México), que procuran espacios para discutir, investigar y resolver problemáticas propias del ejercicio profesional del diseño de la comunicación gráfica en México.

La UAM Xochimilco, desde la Coordinación de la Licenciatura en DCG, por su parte, ha dado apertura a conocer la experiencia de sus egresados a través de una serie de congresos, materiales que bien podrían revisarse, organizarse y aprovecharse para nutrir más lo que acontece en la práctica profesional de sus profesionistas. Esto aportaría con creces a proponer cambios y ajustes al plan de estudios de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica, con la finalidad de actualizarlos a lo que acontece en nuestra sociedad y que, de esta manera, los DCG cuenten con las herramientas necesarias y actuales para afrontar tales circunstancias. Esto también podría sugerir una revisión a la división por áreas terminales, que todavía operan, en su mayoría, de manera separada. Aunque este tipo de especialización profesional no es negativa, puede representar una dificultad para los diseñadores al momento de incorporarse en el campo laboral, en el que cada vez se les solicita mayores y múltiples conocimientos de las diferentes áreas que existen en el diseño de la comunicación gráfica. Permitir a los estudiantes de las áreas terminales interactuar en las diversas modalidades propiciaría una formación más amplia y completa, que se adaptaría a los requerimientos de la sociedad contemporánea mexicana. Si bien, un diseñador no puede ser un «todólogo», su formación no debe limitarlo a un solo campo y mucho menos considerando las circunstancias externas, el nuevo auge de tecnologías y las técnicas tradicionales que coexisten en el diseño.

Así como la misma actividad del diseño de la comunicación gráfica es un reto diario y en permanente transformación, los diseñadores e investigadores de la profesión debemos continuar trabajando para solventar todas nuestras preocupaciones día con día y así visualizar la importantísima labor que realizamos con nuestro quehacer profesional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMBROSE, G. y Harris, P. (2004). *Fundamentos del diseño creativo*, Barcelona, España.
- ARBESÚ, M. (2012). “El sistema modular Xochimilco” en *Lecturas Básicas I. El sistema modular, la UAM-X y la universidad pública*, pág. 9, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México.
- BAUMAN, Z. (2015) *Modernidad líquida*, Fondo de Cultura Económica, México.
- (2016). *Tiempos líquidos: Vivir en una época de incertidumbre*, Tusquets Editores S.A., España.
- BERMAN, D. (2015). *Haz el bien diseñando. Cómo el diseño puede cambiar al mundo*, Designio, Ciudad de México.
- CAMPI, I. (2020). *¿Qué es diseño?*, Editorial Gustavo Gil, Barcelona.
- CYAD UAM-X, *Bases Conceptuales División Ciencias y Artes para el Diseño*, [Página web] [fecha de Consulta 13 de mayo de 2021]. Disponible en: <https://www.cibertlan.net/cienciasyartes/bases.conceptuales.cyad.html>
- FRASCARA, J. (2000). *Diseño gráfico y comunicación*, Ediciones Infinito, Buenos Aires.
- FUENTES, R. (2005) *La práctica del diseño gráfico. Una metodología creativa*, Paidós, Barcelona.
- FUSTER, D. (2019). “Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico” en *Propósitos y Representaciones*, 7(1), 201-229. Disponible en: <https://dx.doi.org/10.20511/pyr2019.v7n1.267>
- GARONE, M. (2011). “Textos y contextos de una década de diseño gráfico en México (1990-2000)” en *Ensayos: Historia y Teoría del Arte*, (21), 77-120. Disponible en: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/ensayo/article/view/45983>
- GONZÁLEZ, C. y Torres, R. (2012). *Diseño y consumo*, Designio, Ciudad de México.
- HERNÁNDEZ, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*, McGraw-Hill, México.
- HESKETT, J. (2005). *El diseño en la vida cotidiana*, Gustavo Gill, Barcelona.
- IZUZQUIZA, I. (2003). *Filosofía del presente. Una teoría de nuestro tiempo*, Alianza Editorial, Madrid.

- JOYANES, L. (2018). *Industria 4.0: la cuarta revolución industrial*, Alfaomega, Ciudad de México.
- KOPP, R. (2018). *Diseño gráfico cambiante*, Editorial Planeta, Barcelona.
- LEDESMA, M. (2003). *El diseño gráfico, una voz pública (de la comunicación visual en la era del individualismo)*, Editorial Argonauta, Buenos Aires.
- MARGOLIN, V. (2005). *Las políticas de lo artificial. Ensayos y estudios sobre diseño*, Designio, Ciudad de México.
- (2017). *Construir un mundo mejor. Diseño y responsabilidad social*, Designio, Ciudad de México.
- MEERSOHN, C. (2005). “Introducción a Teun Van Dijk: Análisis de Discurso” en *Cinta moebio* (24), 288-302. [fecha de Consulta 18 de febrero de 2021] Disponible en: <http://www.moebio.uchile.cl/24/meersohn.html>
- MEGGS, P. (1991). *Historia del diseño gráfico*, Trillas, México.
- MORIN, E. (2005). *Introducción al pensamiento complejo*, Gedisa, Barcelona.
- MORALES, A, y Cabrera, V. (2017). *Debate teórico-metodológico sobre diseño gráfico: de la linealidad a la complejidad*. Intersticios sociales, (13) [fecha de Consulta 1 de agosto de 2020]. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-49642017000100002&lng=es&tlng=es.
- PELTA, R. (2004). *Diseñar hoy. Temas contemporáneos de diseño gráfico (1998-2003)*, Paidós, Barcelona.
- (2010). “Construir el discurso. Los diseñadores gráficos anglosajones y la historia en las dos últimas décadas del siglo XX” en *Diseño e historia. Tiempo, lugar y discurso*, pág. 39, Designio, México.
- PÉREZ, F. (2003). *Lo material y lo inmaterial en el arte-diseño contemporáneo. Materiales, objetos y lenguajes virtuales*, Universidad Autónoma Metropolitana, Ciudad de México.
- (2019). *Diseño, procesos tecnológicos y transhumanismo*, Universidad Autónoma Metropolitana, Ciudad de México.
- PÉREZ, J. (2000). *La televisión ha muerto. La nueva producción audiovisual en la era de Internet: la tercera revolución industrial*, Gedisa, Barcelona.
- RAMÍREZ, K., & Villar, M., y Maldonado, A. (2017). “Escenario actual del diseño gráfico en el ámbito de la investigación en México” en *Revista Legado de*

- Arquitectura y Diseño*, (21), .[fecha de Consulta 7 de agosto de 2020]. ISSN: 2007-3615. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4779/477948279052>
- RODRÍGUEZ, L. y Espínola, D. (2016). *Diseño y comunicación: formación profesional en la época de la hipervisualidad*. *Opción*, 32(12),444-459. [fecha de Consulta 1 de agosto de 2020]. ISSN: 1012-1587. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31048903021>
- RODRÍGUEZ, S., Trejo, C., y Hernández, E. (2020). *Análisis prospectivo del diseño gráfico en México*. *Zincografía*, (8), 109 -120. [fecha de Consulta 13 de diciembre de 2020]. Disponible en: <https://doi.org/10.32870/zcr.v0i8.78>
- SALINAS, O. (2005). "Historia del diseño ¿para qué?" en *Las rutas del diseño*, pág. 43, Designio, México.
- (2010). "La construcción de la historia en el diseño" en *Diseño e historia. Tiempo, lugar y discurso*, pág. 23, Designio, México.
- (2019). "El diseño gráfico en México. Un análisis histórico" en *InfoDesign - Revista Brasileira De Design Da Informação*, 16(2), 184–197. [fecha de Consulta 22 de enero de 2021] Disponible en: <https://doi.org/10.51358/id.v16i2.725>
- SOL, G. (2009). *+ de 100 definiciones del diseño*, Universidad Autónoma Metropolitana, Universidad Tecnológica Metropolitana, México.
- SCOTT, R. (1982). *Fundamentos del diseño*, Editorial Víctor Lerú, Buenos Aires.