

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

“Un nuevo diseñador para un nuevo entorno”

Autor: Carmen Leonor Lara Galindo

**Tesis presentada para obtener el título de:
Maestra en Diseño Gráfico Estratégico**

**Nombre del asesor:
Mtra. María Guadalupe Trejo Estrada**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA
COORDINACIÓN DE POSGRADOS EN DISEÑO GRÁFICO

“UN NUEVO DISEÑADOR PARA UN NUEVO ENTORNO”

TESIS DE GRADO

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
MAESTRA EN DISEÑO GRÁFICO ESTRATÉGICO

PRESENTA:

CARMEN LEONOR LARA GALINDO

Asesora:

MTRA. MARÍA GUADALUPE TREJO ESTRADA

Acuerdo : MAES- 070902

Clave: 16PSU0010U

Morelia, Mich, octubre de 2009

Dedicatoria

A mi amado esposo Frank, tú que has sido siempre mi fuerza y mi apoyo, me has alentado y motivado a seguir adelante, a lograr mis objetivos, y has llenado mi vida de amor siendo el pilar de nuestra familia.

A mis hijas Carol y Michelle, y mis yernos, Juan y Gabriel, gracias a ustedes que han sido de gran ayuda y motivación durante esta época de crecimiento y superación personal.

A la memoria de mi hijo Paqui, quien está presente en espíritu siempre, y sigue siendo una gran fuente de inspiración.

A mis papás, que siempre han estado conmigo, apoyándome y animándome para lograr mis objetivos.

A mi hermana Mónica, que en todo momento ha estado presente, y es para mí un gran orgullo.

Agradecimientos

A mis amigas Sara Guadarrama e Itzel Álvarez, que han sido un gran apoyo e impulso en la realización de este proyecto.

A mis queridos alumnos, Emmanuel Tapia, Adam Rufino, Nallely Prieto, Elizabeth Treviño, Francisco Pérez, Melissa Camorlinga y Alex Ayala, quienes participaron en el proyecto como grupo piloto, y que aportaron sus valiosos comentarios y visión para llevar a cabo nuestro trabajo de campo, y lograr concretarlo en este importante proyecto.

A Lupita Trejo, mi asesora y amiga, quién me orientó y ayudó incansablemente hasta poder terminar el proyecto

A Lorena D'Santiago, y todos mis maestros, quienes me ayudaron en este crecimiento personal y profesional, para poder trascender a las nuevas generaciones de diseñadores.

Índice de Contenidos

Introducción	8
Capítulo 1	26
Sobre la globalización, el medio ambiente y el diseño gráfico	
1.1 La globalización y los problemas del diseño	27
1.1.2 Dónde se encuentra México en este contexto	29
1.1.3 Que encontramos a nivel local: la Ciudad de Morelia	32
1.2 El medio ambiente y el diseño gráfico	38
1.3 Ecología y sociedad	39
1.4 La carta de la tierra y la formación de diseñadores	41
Capítulo 2	48
Modelos educativos	
2.1 La comunicación en la enseñanza	50
2.2 Breve exposición histórica de la estructuración de la didáctica	51
2.3 La “educación tradicional”	53
2.4 El constructivismo: Piaget y Vigotsky	56
2.5 El taller de diseño en la práctica del aprendizaje	60
2.6 La importancia de la lectura en el diseño gráfico	63
Capítulo 3	72
El origen del diseño gráfico	
3.1 Primeros indicios de comunicación visual	72
3.2 La cuna de la civilización: la escritura	74
3.2.1 Escritura cuneiforme	75
3.2.2 Jeroglíficos egipcios	76
3.2.3 La contribución asiática	79
3.2.4 Escrituras en América Prehispánica	80
3.2.5 Primeras escrituras fonéticas	84
3.2.5.1 El alfabeto griego	84
3.2.5.2 El alfabeto latino	86
3.3 La imprenta de Gutemberg	87
3.4 Las artes visuales y su vinculación con el diseño	90

3.4.1 La Revolución Industrial	92
3.4.2 El cartel, como parte importante de la historia del diseño	93
3.4.3 El diseño ¿es arte?	95
Capítulo 4	99
La formación de los diseñadores gráficos	
4.1 La primera escuela de diseño: La Bauhaus	100
4.2 Antecedentes del diseño gráfico en México	104
4.3 El diseño gráfico y su enseñanza	110
4.4 La enseñanza del diseño en México	115
4.5 El diseño en la actualidad	117
4.6 El concepto de creatividad	119
4.6.1 La creatividad en el diseñador	122
4.6.2 De la creatividad a la creación	126
4.7 Fomentar la creatividad en la enseñanza del diseño	128
Capítulo 5	134
Trabajo de campo con un grupo piloto de la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica de la Universidad Latina de América.	
5.1 Introducción	135
5.2 Motivación del grupo piloto	137
5.3 Técnicas participativas	138
5.4 Introducción al proyecto	139
5.4.1 Objetivo del trabajo de campo	140
5.4.2 Características del Grupo piloto	141
5.5 Cronograma de actividades	141
5.6 Reporte de salidas de los integrantes del grupo piloto	149
Capítulo 6	167
Propuesta de Modelo Académico. Propuesta de formación integral con un grupo piloto de la carrera de diseño gráfico en la Universidad Latina de América. Sistematización de una experiencia de investigación – acción con los estudiantes de la UNLA.	

6.1	Introducción	168
6.2	El estudiante en la actualidad	169
6.3	La motivación al cambio	171
6.4	Docente, Asesor o Facilitador	174
6.5	La Universidad Latina de América	178
6.6	La propuesta	182
6.7	Conclusiones y aportaciones del grupo piloto	187
	Conclusiones	198
	Bibliografía	203
	Anexos	210

Introducción

Introducción

Antecedentes

Se ha visto en algunas investigaciones, que la formación de los diseñadores gráficos en la actualidad, carece de áreas integrales fundamentales para los profesionistas de ésta disciplina, los cuales tienen como fin crear mensajes visuales coherentes y positivos para la sociedad.

Se analizaron algunos trabajos de diferentes universidades, como: *La enseñanza del diseño gráfico en base a las competencias profesionales*, de María Eugenia Sánchez Ramos, de la Universidad de Guanajuato; otro, *Consideraciones conceptuales para las estrategias docentes de la enseñanza del diseño gráfico*, de Elsy Zavarce, Profesora Asociada y fundadora de la Escuela Diseño Gráfico de la Universidad del Zulia, Venezuela; y uno más *Expresión y Comunicación en la enseñanza del diseño*, de Teresa Lorenzo Burillo, Alberto Fernández Sora, de la Universidad de Zaragoza, España, donde tratan sobre los problemas que conlleva la didáctica en carreras como el diseño gráfico, así como algunas de las inquietudes que se plantean en la investigación y desarrollo de este trabajo, pero sin llegar a cubrir todos los aspectos que aquí se quieren alcanzar.

Estos trabajos abordan temas como la responsabilidad social de los diseñadores gráficos o de información, la cual se basa en una disciplina específica y tiene gran impacto y alcance social dentro de la publicidad. De igual forma, hablan sobre los diseñadores como traductores de las ideas de la sociedad y como guías para reafirmar los valores necesarios para su desarrollo satisfactorio.

También hablan sobre la investigación y el desarrollo en la educación, abordando la creatividad en la enseñanza del diseño industrial, tocando los siguientes puntos:

- La creatividad se puede potenciar a través de estrategias de aprendizaje
- Los individuos que conviven con una persona, juegan un papel crucial en el desarrollo de su creatividad.
- Cuanto más rica en imágenes sea la experiencia humana, tanto mayor será el material del que dispone para crear.

- Factores propios del medio ambiente geográfico y sociocultural intervienen en la creatividad del ser humano.

En las investigaciones que encontramos sobre los temas que nos conciernen, se expone la problemática en la enseñanza del diseño, la creatividad, la responsabilidad social si de publicidad se trata, pero no abarca todos los puntos que se tratarán en el presente trabajo, ni de la estrategia metodológica a seguir como propuesta de una formación integral para los alumnos de la carrera de diseño gráfico.

Planteamiento del problema

La finalidad de este trabajo de investigación es que por medio de la aplicación de metodologías específicas, se puedan analizar los problemas que se presentan actualmente en la enseñanza del diseño gráfico, y elaborar soluciones viables para la mejora en la formación de futuros profesionistas.

Se plantean las siguientes propuestas:

- Concientizar a la juventud a vivir en el mundo real y no paralelo a él.
- Responsabilizarse con el planeta en el ámbito social y ecológico.
- La necesidad de hacer que los maestros modifiquen su práctica profesional y docente, analizando las teorías pedagógicas idóneas para que transmitan un aprendizaje significativo.

Existen argumentos probados que enumeran las deficiencias que existen en la enseñanza del diseño gráfico en México, y algunas posibles razones e incluso soluciones a este grave problema.

Desde mi punto de vista y la experiencia que llevo en el ámbito de la educación superior en los últimos nueve años agregaré algunas que yo considero son el resultado de la falta en la calidad de aprendizaje de los alumnos que egresan de las carreras de diseño gráfico y ciencias de la comunicación y con las que me he topado más frecuentemente.

Asimismo, puede decirse en conclusión al párrafo anterior, que los alumnos son la causa principal, o consecuencia del trabajo que realicé.

Algunas de las principales carencias que he notado en los alumnos y fallas en la educación superior que considero, son :

1. En su mayoría, los alumnos no poseen una cultura lectora ni en el ámbito de su carrera, ni en ningún tema en particular.
2. La falta de interés en el aprendizaje teórico de las materias.
3. La falta de responsabilidad ecológica con su entorno en el desperdicio de materiales utilizados.
4. Los alumnos no tienen herramientas suficientes para argumentar sus propuestas de diseño.

El diseñador debe ser un investigador y aprender a solucionar problemas de comunicación, definidos y concretos. Debe saber gestionar proyectos, elaborar estrategias y planes de acción para servir de manera responsable a la sociedad, y si no cuenta con las herramientas básicas como sintaxis gramatical, ortografía y cultura general, no podrá sustentar y argumentar la creación de sus mensajes comunicativos.

Para esto se necesitan planes de enseñanza integral, que siembren el cuestionamiento en los estudiantes, que les despierten la curiosidad y las ganas de ser mejores, social y ecológicamente responsables.

La finalidad de esta investigación es analizar a fondo las carencias de los alumnos de nuevo ingreso, y proponer un plan estratégico para corregir las deficiencias educativas en la licenciatura de diseño gráfico, lo cual considero beneficiará a la formación del nuevo diseñador que se pretende formar.

La forma en que se prepara a los estudiantes hoy en día, es un problema recurrente en la enseñanza del diseño debido a los métodos rígidos tradicionales, únicamente funcionales y muy poco reflexivos, donde lo importante es la memorización de la teoría y la comprensión total de los contenidos es irrelevante, lo cual crea en los alumnos una gran incapacidad para integrar sus conocimientos y lograr los objetivos deseados.

No existen en México, hasta donde he podido constatar, investigadores del diseño, y menos aquellos dedicados a buscar soluciones prácticas en la enseñanza del diseño, en cuanto a formar mejores ciudadanos, responsables con su entorno y su planeta.

Es por eso que mi investigación se enfocó a detectar en un principio las carencias de los estudiantes de nuevo ingreso de la carrera de diseño de la comunicación gráfica, viendo de que forma se les puede concientizar y despertar las ganas de ser mejores en todo lo que hagan, empezando por la trayectoria de su formación universitaria.

Como lo hemos apuntado anteriormente, la inquietud surge en el desempeño de la práctica personal de la docencia superior en las carreras de Diseño de la Comunicación Gráfica y Ciencias de la Comunicación, ya que actualmente la mayoría de los jóvenes carece de una conciencia responsable hacia su entorno, y por consiguiente me he dado cuenta de la gran cantidad de alumnos egresados que se dedican a la producción de mensajes visuales sin una reflexión responsable sobre los problemas actuales de contaminación ambiental, tanto física como visual.

¿Qué debemos plantearnos, antes que otra cosa, para entender los principales problemas que nos conciernen en este trabajo? Enumeramos algunos planteamientos:

- a) ¿Cuáles son las características del mundo actual?
- b) ¿Qué papel juega México en tanto a lo cultural, lo económico y lo ideológico?
- c) ¿Cuál es la situación actual del diseñador gráfico y la disciplina que ejerce?

a) Características del mundo en la actualidad: la globalización

Vivimos en un mundo globalizado. Pero, ¿cómo podemos definir globalización? Según Alessandro Baricco, es el nombre que damos a cosas como internacionalismo, colonialismo, modernización, cuando decidimos sumarlas y elevarlas a la categoría de aventura colectiva, épica, de época (2002, p 32).

Las características de la globalización son: la comunicación mundial en forma instantánea debido a las nuevas tecnologías, la velocidad con que se producen los cambios, la generación de los nuevos paradigmas y el continuo aceleramiento de estos procesos.

Globalización es un término muy empleado que puede significar diversas cosas para diferentes personas pero que, en esencia, recoge el proceso a través del cual sociedades y economías de todo del mundo tratan de alcanzar un nivel mayor de integración,

entendiendo por integración un intercambio de bienes y servicios más sencillo y extendido, una mayor velocidad en la transferencia de información e ideas, y mayor facilidad en el movimiento de factores de producción como capital y trabajo (Sarris, s/f).

La globalización es el proceso asociado al desarrollo social mediante el cual se produce un incremento en la dependencia de todo tipo entre los individuos, entidades y naciones, y es un procedimiento que no tiene marcha atrás. Con las nuevas formas de comunicación inmediata, como el Internet, muchas de las poblaciones tiene acceso al conocimiento de lo que está pasando al otro lado del mundo, puede adquirir productos con el simple pulsar unas teclas en la computadora, por el puro gusto de poseer las últimas tendencias en los objetos modernos y crear un falso estatus en la vida social.

Los objetos nos dan poder. El modo de uso cotidiano de los objetos constituye un esquema casi autoritario de presunción del mundo. La manera en que la mercadotecnia trabaja en la mente del hombre es ofreciendo objetos comunes que dan significados de poderío y status social (Baudrillard, 1969).

b) ¿Qué papel juega México en tanto a lo cultural, lo económico y lo ideológico?

En los años 90's, a partir de la aplicación del Tratado de Libre Comercio (TLC) los procesos de comunicación han crecido de forma acelerada en la capitalización de México, y no precisamente para concientizar a la población a resolver los problemas de crecimiento nacional.

Más que un producto social, las comunicaciones son herramientas utilizadas como parte de la mercadotecnia ya que actualmente es más importante buscar la ganancia en términos monetarios a corto plazo y a costa de lo que sea. Por lo tanto los proyectos culturales y de asistencia al desarrollo social han mermado tremendamente y algunos han desaparecido.

De la misma forma, la sociedad civil no se preocupa de ser protagonista ni son tomadas en cuenta sus opiniones o las necesidades que atañen a su comunidad, sólo aparece en los medios cuando son noticia o un objeto informativo atractivo.

Con el proceso de modernización que vive nuestro país a partir del Tratado de Libre Comercio, se han recurrido a dos ideologías neoliberales que legitimizan el avance de la periferia:

1. La tesis del libre flujo internacional de la información
2. La ideología del acceso a la modernidad cultural

La información que llega a todos los rincones del mundo hoy está homogeneizada por la creación y expansión de las redes de información; pero eso no es más que una falsa justificación que permite la difusión e introducción de imágenes transnacionales a todo el planeta, y esa es la única forma de competir a escala global.

En los últimos 15 años en nuestro país se ha logrado que los valores e identidades nacionales se debiliten y se abran a la modernidad para formar un mercado universal por medio de campañas de marketing hasta lograr la adaptación de la concentración material.

Asimismo, mientras en la sociedad ha surgido la inquietud de producir por medio de las comunicaciones una conciencia ecológica del agua, de civilidad urbana, de racionalización de los recursos no renovables, etc., los canales de difusión gobernados por la mercadotecnia han construido una atmósfera de desperdicio cultural al producir una cultura de frivolidad, hiperconsumismo, una cultura light, que son rentables a corto plazo y llevan a despilfarrar la energía humana que existe en el país en lugar de utilizarla, para enfrentar los grandes problemas de crecimiento y sobrevivencia de nuestro país.

Aquí podemos hacer una pausa y detenernos a analizar la importancia del quehacer profesional del diseñador gráfico como comunicador. De que forma utiliza las estrategias de los mensajes visuales, cómo debe aprovecharlas para concientizar a la sociedad de su responsabilidad con el entorno, respetando los recursos naturales y su medio ambiente. Y es aquí donde hacemos hincapié en la tarea del docente como impulsor de esa responsabilidad hacia las nuevas generaciones.

En 1988 se reunieron representantes de las diferentes universidades en la Universidad Iberoamericana, para conmemorar el XX aniversario de la carrera de diseño gráfico. Todos coincidieron en varios problemas que comparten, como la amplia oferta educativa, las diferencias entre los planes de estudio y el cambio teórico y tecnológico.

Actualmente se cuenta con comités de acreditación, la cual supone la existencia de un conjunto de criterios mínimos o “debes” que las escuelas deben cumplir necesariamente y de esta manera pertenecer a las instituciones que ofrecen la mejor calidad educativa.

Aún así, la mayoría de los maestros no tiene estudios formales sobre didáctica y pedagogía, mucho menos en educación que podría ser uno de los puntos importantes en la justificación y el desarrollo de este trabajo.

c)¿Cuál es la situación actual del diseñador gráfico y la disciplina que ejerce?

Se plantean diferentes enfoques tanto a nivel nacional como internacional, visto desde el punto de vista de académicos y expertos en el diseño gráfico.

Es importante que los profesionistas conozcan las bases históricas de la comunicación visual, así como de la escritura y sus orígenes. De igual forma, se analiza la presencia de las bellas artes en el desarrollo del diseño gráfico, ya como disciplina formal.

Norberto Chaves¹ opina que gran parte de los problemas de la enseñanza del diseño gráfico en México provienen de una concepción distorsionada de la profesión debido a dos grandes causas:

1. No se le reconoce su carácter de oficio, o sea, un trabajo productivo en un campo específico. Su validez en la práctica es únicamente por su carácter teórico y no por la eficacia de comunicación del producto diseñado.
2. El mito que dice que la creatividad se origina en el ser. Este mito reniega de la teoría, de la racionalidad y los condicionantes del programa.

Nos apunta que ambas distorsiones son contradictorias entre sí y coincidentes en el desprecio por la cultura gráfica real, por la importancia y la prioridad en la formación del diseñador.

“La cultura gráfica es despreciada por el teórico que siente fobia hacia todo saber práctico o empírico” (Chaves, 2006).

¹ Norberto Chaves nació en Barcelona, España, Profesor regular de la Escola EINA (Barcelona) entre 1977 y 1984. Socio de I+C Consultores (Barcelona-Buenos Aires), expertos en Imagen Corporativa y asesores de empresas e instituciones en estrategias y programas de identidad y comunicación.

Según Chaves disciplinas como la retórica, la estética o la hermenéutica, sirven como medios efectivos en la formación del diseñador. Pero existen disfunciones que se multiplican siendo sinceros en el perfil del estudiante de diseño que no sólo está lejos de estas disciplinas, sino que ni siquiera se interesa por la gramática. Para finalizar su opinión al respecto, nos dice que en las universidades de diseño latinoamericanas, es de preocupar su débil inserción en la práctica del oficio, e incluso su lejanía respecto a la cultura gráfica correcta.

Otro punto importante que se aborda en este trabajo, es la importancia de la creatividad y el camino de la creación de mensajes visuales responsables.

¿Cuáles fueron las causas por las que el hombre quiso trascender comunicándose gráficamente con sus semejantes? Dentro del marco histórico, y el marco referencial, se plantean estos conceptos, los cuales son muy importantes para comprender la evolución que ha existido en el desarrollo de la creación de mensajes visuales, a través del tiempo.

Por todo lo anterior, este trabajo planteó las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Cuáles son los elementos que componen al perfil del estudiante de diseño gráfico que responda a las nuevas condiciones de inserción global de las universidades?
2. ¿Qué necesita el mundo hoy de los profesionales del diseño?
3. ¿Cómo podemos motivar a las nuevas generaciones para convertirse en este nuevo diseñador?

A partir de estas preguntas se hicieron otras que nos ayuden a definir más a fondo lo que se necesitaba para llevar a cabo nuestro principal objetivo:

- ¿Qué cualidades necesita tener el diseñador frente a este panorama?
- ¿Qué hay que hacer en las universidades para formar este nuevo diseñador?

En la realización de este trabajo se respondieron dichas preguntas, a través de las investigaciones pertinentes para diagnosticar a los alumnos por medio de un trabajo metodológico, así como una propuesta en la enseñanza del diseño en los alumnos que cursan los primeros semestres de la licenciatura.

Justificación

El trabajo que aquí se presenta, servirá para complementar la enseñanza del diseño gráfico en los alumnos de los primeros semestres que cursan la carrera de diseño de la comunicación gráfica, en la Universidad Latina de América, transmitiéndoles valores sociales como la responsabilidad, el cuidado de la naturaleza y los recursos naturales, y que sean éstos los que rijan su comportamiento en su práctica diaria, como ciudadanos y profesionistas.

Los valores sociales son parte de una forma de vida civilizada, y se encuentran de manera suprema en el comportamiento de la sociedad, impuestos por leyes y códigos que rigen al ser humano y son aceptados en su generalidad.

Es por eso que desde la temprana formación de los profesionistas, se les debe concientizar a cuidar su entorno, y transmitir esa responsabilidad por medio de mensajes visuales que ellos a su vez deben difundir.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar el perfil del nuevo profesionista del diseño que sea capaz de responder a las necesidades de una sociedad glocal* y construir una propuesta educativa para la Universidad Latina de América, y que sea capaz de facilitar la creación de éste nuevo profesionista.

Objetivos particulares

- Elaborar un nuevo planteamiento en la enseñanza de diseño que ayude a los estudiantes a comprender la responsabilidad social que les corresponde a la hora de diseñar mensajes visuales para su entorno.
- Transmitir a los alumnos la importancia de esa responsabilidad social que nos concierne como profesionales de la comunicación.

* Término que nace de la mezcla entre globalización y localización, y que se desarrolló inicialmente en la década de 1980. El primer autor que saca a la luz explícitamente esta idea es Roland Robertson.

- Crear una propuesta de enseñanza del diseño que sirva para formar profesionistas integrales capaces de contribuir con una responsabilidad ecológica y social a la solución de los problemas del mundo actual.

Supuestos de investigación

Se consideran dos supuestos:

1. ¿Qué necesita el mundo de hoy de los profesionales del diseño?

El mundo necesita profesionistas que sientan un compromiso integral que contemple los elementos necesarios para crear una conciencia en su desempeño ante la sociedad.

2. ¿Cómo podemos proponer una nueva forma de enseñanza para motivar a las nuevas generaciones y formarse para llegar a ser este nuevo diseñador?

Debemos analizar el actual proceso de enseñanza del diseño para lograr estos objetivos, es por eso que considero que la educación universitaria debe ofrecer las bases, los métodos y las estrategias para que los alumnos aprendan a solucionar problemas de comunicación visual.

Metodología

El término “metodología” proviene de los términos griegos meta: fin, objetivo, y odos: trayecto, senda; es decir, etimológicamente quiere decir “camino que debemos seguir para llegar a un fin”. Gracias a las metodologías, podemos definir las etapas y los pasos que debemos seguir para alcanzar una meta, cualquiera que ésta sea.

Es importante apuntar también, que cualquier método utilizado es un instrumento al servicio de los objetivos de aprendizaje que se pretendan conseguir, y no un fin en sí mismo. Es aquí donde se debe buscar la mejor metodología posible para cualquier circunstancia que se presente en particular.

La lógica de investigación que se utilizará para realizar el trabajo de campo será de investigación cualitativa, ya que es una investigación social y se basa en la toma de muestras pequeñas, esto es la observación de grupos de población reducidos, como salones de clase, etc.

La investigación cualitativa requiere un profundo entendimiento del comportamiento

humano y las razones que lo gobiernan. A diferencia de la investigación cuantitativa, la investigación cualitativa busca explicar las razones de los diferentes aspectos de tal comportamiento.

Miguel Martínez Miguélez (2006) la describe de la siguiente manera: “La metodología cualitativa rechaza la pretensión, frecuentemente irracional, de cuantificar toda realidad y destaca, en cambio, la importancia del contexto, la función y el significado de los actos humanos. Este enfoque no reduce la explicación del comportamiento del hombre a la visión positivista de considerar los hechos sociales como cosas, sino que valora la importancia de la realidad tal y como es vivida por éste”. Nos apunta: no inhibir ni constreñir la imaginación creadora del investigador, sino potenciarla al máximo, el instrumento básico de la investigación es la personalidad del investigador (proceso creador: actitudes personales que lo impulsan a buscar nuevas vías, a pensar en forma divergente, independiente e innovadora...).

En un artículo llamado “El paradigma cualitativo”, se expone lo siguiente referente a la investigación cualitativa: El hecho que se construye es conocer el hecho social y por lo tanto conocer los significados que los actores y el investigador le atribuyen. El interés central se encuentra en los significados que las personas (actores) le atribuyen, en las acciones e interacciones en un contexto histórico y social. La construcción de significados es por parte del investigador (Sirvent, citado por Trejo, 2007).

Para la realización de este trabajo, es muy importante tomar en cuenta la experiencia adquirida como docente a lo largo de 9 años de enseñanza a nivel superior, en las carreras de diseño gráfico y ciencias de la comunicación.

Es por eso que se tomarán en cuenta dos métodos, que si bien no se contraponen, se complementan mutuamente:

1. El método de Investigación – Acción, tomando en cuenta la vertiente educativa.
2. La sistematización de experiencias educativas.

El término investigación – acción fue propuesto por primera vez en 1946 por el autor Kurt Lewin (1973). Es una forma de entender la enseñanza, no sólo de investigar sobre ella. La investigación – acción supone entender la enseñanza como un proceso de investigación, un proceso de continua búsqueda. Conlleva entender el oficio docente, integrando la

reflexión y el trabajo intelectual en el análisis de las experiencias que se realizan, como un elemento esencial de lo que constituye la propia actividad educativa. Se trata de una forma de investigación para enlazar el enfoque experimental de la ciencia social con programas de acción social que respondan a los problemas sociales principales. Mediante la investigación – acción se pretende tratar de forma simultánea conocimientos y cambios sociales, de manera que se unan la teoría y la práctica.

La inducción analítica es la búsqueda y construcción de conceptos generales y proposiciones amplias para focalizar el objeto de estudio y el problema. Sumergirse en el terreno de construcción en espiral (empírica- teoría- empírica...) y la comparación de casos semejantes y diferentes así como la formulación de teoría comprensiva (Sirvent, citado por Trejo, 2007).

En este trabajo se realizaron investigaciones con un grupo piloto, en los que formulamos de una manera teórica, las acciones que se llevarían a cabo para solucionar los problemas de comunicación visual con los que nos enfrentamos. De esta forma tomaremos en cuenta, que la investigación acción nos permite tener contacto con los integrantes que habitan en cualquier comunidad, ya que ellos son los perjudicados en cuanto a los problemas que allí se presentan, y se hicieron propuestas teóricas en cuanto a la solución de dichos problemas. Asimismo, la investigación participativa fue un instrumento que nos ayudó en la realización de este trabajo.

La investigación participativa

Los procesos concebidos en este método de investigación tienen un carácter dinámico y duradero al igual que la educación permanente. Se supone que la población, por medio de su participación activa en la investigación, se moviliza y se organiza. Una vez adquirida la organización, necesita seguir informándose acerca de su realidad y sus problemas sobresalientes, para poder actuar adecuadamente en beneficio de sus intereses sociales, económicos y políticos. O sea que, para lograr la participación efectiva en la sociedad global se necesita participar en un trabajo de cuestionamiento e investigación de la realidad inmediata y mediata.

Las técnicas participativas tienen una gran cantidad de aspectos positivos, aunque tal vez el más importante de esta metodología es que desarrolla el concepto de dinámica vivencial, lo que apunta a la madurez personal, en el sentido más amplio de la palabra. Este tipo de técnicas se presentan en forma amena y motivadora, ya que mantienen el interés por parte de los alumnos, los cuales deben exponer sus vivencias y experiencias, así como el contexto en el que ellos mismos se desenvuelven. Son herramientas alentadoras y efectivas, que al involucrar directamente al alumno, lo motivan a crear él mismo su aprendizaje y conocimiento.

López Noguero (2007, p.94) nos apunta que las actividades mediante trabajos cooperativos, de interacción alumno-alumno, si provocan conflictos socio-cognitivos para confrontar puntos de vista moderadamente discrepantes, suelen repercutir favorablemente en el proceso de enseñanza y aprendizaje, especialmente en cuestiones como:

- Comunicación y participación de todos en la dinámica del trabajo.
- Asunción de responsabilidades por parte de cada uno.
- Motivación por la tarea.
- Creatividad e innovación.
- Eficacia y calidad en el trabajo.
- Integración de los diversos enfoques y puntos de vista.
- Facilidad en la resolución de conflictos.
- Inserción de alumnos que carezcan de habilidades sociales y que presentaran problemas de socialización.
- Adquisición de capacidades, habilidades y aptitudes.
- Consolidación de la interpretación realista de lo estudiado teóricamente en clase.
- Y, en definitiva, enseñar a vivir y a convivir.

La sistematización de experiencias educativas

La sistematización constituye una experiencia educativa en sí misma, para los que participan en ella; produce conocimiento y socializa el conocimiento generado. El proceso de sistematización que se pretende busca dar cuenta de la interacción comunicativa entre todos los que participan en hechos educativos y de las acciones, actitudes y métodos que encierran; se trata de un procedimiento de reconstrucción de lo que los actores saben de

su experiencia (Benavides, 2005).

La sistematización no se genera espontáneamente con la sola discusión y reflexión sobre lo que se hace; supone un reconocimiento y a la vez una superación de las representaciones y saberes cotidianos presentes en las prácticas. Esto nos exige una posición consciente sobre desde dónde, para qué y cómo se producen los saberes y los conocimientos sobre lo social, así sobre cuáles serán sus alcances e incidencia sobre la práctica. Debemos ser muy explícitos en cómo entendemos la realidad a sistematizar, el carácter del conocimiento que podemos producir sobre ella y la estrategia metodológica coherente para hacerlo (Torres, 1995).

El proceso de sistematización ayuda a la interacción comunicativa entre todos los que participan en hechos educativos y de las acciones, actitudes y métodos que encierran; se trata de un procedimiento de reconstrucción de lo que los actores saben de su experiencia. Las experiencias educativas no existen como hechos objetivos independientes a las interpretaciones que de ellas hacen los que las realizan; por eso es necesaria la sistematización, para descubrir el significado que ellos asignan a dichas experiencias, y para descubrir por qué son consideradas significativas.

Asimismo, Benavides (2005) nos apunta en su investigación, que en el aspecto metodológico, la sistematización contempla tres momentos:

1. Análisis de aspectos que estructuran e inciden sobre la práctica que se va a sistematizar
2. Reconstrucción de la lógica de la práctica educativa desde los sentidos que la organizan.
3. Reconstrucción del devenir histórico de la experiencia y de las mediaciones que la configuran.

Son muchos los docentes creativos que enriquecen la práctica educativa con propuestas innovadoras, especialmente en el aspecto metodológico, pero desgraciadamente estas propuestas no llegan más allá del salón de clases. Para que los aprendizajes formen parte de quien aprende deben ubicarse en contextos sistémicos, en universos que les dan ubicación y significado. No basta que la experiencia o hecho “educativo” impacte la sensibilidad de quien aprende (no basta que se motive mucho para que se aprenda); es preciso que los nuevos aprendizajes encuentren contextos que les den cabida y relación

con aprendizajes o experiencias anteriores, y que a la vez ofrezcan nuevas posibilidades de realizar otros aprendizajes (Benavides, 2005).

Es por eso que consideramos necesario elaborar un proyecto basándonos en el método investigación – acción, y sustentado por la sistematización de experiencias educativas, y esto se establecerá de la siguiente forma:

- La propuesta se llevó a cabo en la Universidad Latina de América, con los alumnos de la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica.
- Se manejó un grupo piloto formado por siete alumnos de diferentes semestres, los cuales fueron elegidos de acuerdo a algunas características específicas, que se explican a detalle en el capítulo que corresponde al trabajo de campo.
- Se realizaron salidas de acuerdo a una cronología presentada al inicio del trabajo de campo, en donde los principales participantes fueron los mismos estudiantes.
- Se les entregaron lecturas previas a cada salida para que estuvieran documentados; ellos tomaron apuntes durante el recorrido y entregaron reportes al final de cada visita.

Presentación

Este trabajo está compuesto por seis capítulos, los cuales abarcan desde el marco teórico hasta las conclusiones del trabajo de campo y las propuestas para una nueva forma de motivar para alcanzar el conocimiento a las nuevas generaciones de diseñadores de la comunicación gráfica.

En el primer capítulo se describe una perspectiva sobre la situación actual del mundo globalizado, y la importancia de la comunicación visual ante esas circunstancias. Se incursiona de una manera puntual y profunda en el panorama de México dentro de este contexto, y cómo dentro de este mundo tecnológico debemos preparar a las futuras generaciones a participar activamente en los cambios que se están generando. Se tocan elementos del marco teórico, como los orígenes de la comunicación visual, y la importancia del diseño gráfico a través del tiempo y su impacto en el contexto social.

El capítulo dos reflexiona sobre los modelos educativos y la importancia de la teoría en las bases de la enseñanza del diseño. Otro tema relevante que se toca es la importancia de la lectura como parte de la formación profesional y a lo largo de la vida.

El capítulo tres incursiona sobre los orígenes del diseño gráfico, desde los primeros indicios de la comunicación visual, y la necesidad del hombre por transmitir de una manera gráfica sus experiencias a las nuevas generaciones, hasta la creación de las primeras escrituras fonéticas y los diversos alfabetos y el redescubrimiento de la imprenta, ayudando con esto a la difusión del conocimiento por medio de la palabra escrita. Se abordan temas como la Revolución Industrial y la importancia del cartel como medio transmisor de mensajes visuales, finalizando con una reflexión comparativa entre el diseño y el arte.

El capítulo cuatro se refiere a la formación de los diseñadores gráficos y su enseñanza desde las primeras escuelas en Europa, hasta los inicios de la profesión en nuestro país, dando énfasis en uno de sus puntos al concepto de creatividad como parte importante de una de las herramientas del diseñador gráfico. Aborda temas interesantísimos y de gran relevancia para este trabajo como los métodos de enseñanza del diseño gráfico en México y las manifestaciones del diseño en la actualidad.

El capítulo cinco describe paso a paso el trabajo de campo realizado por el grupo piloto, el aprendizaje recibido durante los cuatro meses que se llevó a cabo, así como sus opiniones y propuestas. Se plantea toda la recopilación de información en los reportes elaborados por los alumnos, y se analizan las salidas y visitas una a una para así poder comprobar la eficacia del trabajo en cuestión.

El capítulo seis es la propuesta de trabajo para insertar al modelo educativo de la Universidad Latina de América, en donde se describe el desarrollo de este planteamiento, con sus alcances y metas. En este capítulo se analizan las conclusiones a las que llegaron los alumnos durante el proceso de investigación del trabajo de campo, y se comprueba su viabilidad.

Se adjuntan al final del trabajo, algunos anexos referentes a las lecturas previas a cada práctica, como parte importante de la preparación de los alumnos, como precedentes a

las investigaciones, ya que era necesario que se documentaran para que comprendieran los contextos presentados desde todos los enfoques posibles.

El trabajo ha sido arduo. Ha estado lleno de investigaciones y lecturas, las cuales han sido analizadas detenidamente para que el resultado sea innovador y de calidad. Considero que los resultados son óptimos y estos se ven reflejados en las conclusiones que se encuentran al final del trabajo, y que el esfuerzo no ha sido en vano.

Mi aspiración, una vez que este trabajo sea aprobado, es la realización de un manual que pueda ser distribuido como orientador en la carrera de diseño gráfico, para seguir los puntos estudiados en esta investigación y así cubrir lo planteado y dar a las nuevas generaciones de diseñadores esa gran ventaja de contribuir de una mejor manera en la transmisión de mensajes visuales a la sociedad.

Capítulo 1

Introducción

Vivimos en un mundo globalizado. Queramos o no, todo lo que hacemos repercute en nuestras vidas de una forma menor o mayor. En nuestro propio desarrollo, en nuestras familias, en el entorno con que interactuamos, en nuestra ciudad, nuestro país y finalmente en el mismo mundo que compartimos con millones de personas.

Es por eso la importancia de conocer los problemas que nos competen, y contribuir con nuestro granito de arena para que unidos podamos mejorar éste nuestro mundo que tanto nos necesita. Pero esa colaboración personal debe surgir desde nosotros mismos, conociendo nuestras propias capacidades para desarrollarlas en el medio al que pertenecemos y en donde podemos aportar lo mejor de nosotros. Pero para eso necesitamos prepararnos, saber cuál es nuestro potencial y de lo que somos capaces para contribuir con óptimos resultados en todo lo que hagamos.

1.1 La globalización y los problemas del diseño

Sí, es cierto que vivimos en un mundo globalizado, pero ¿cómo podemos definir globalización? Las características de la globalización son: la comunicación mundial en forma instantánea, la velocidad con que se producen los cambios, la generación de los nuevos paradigmas y el continuo aceleramiento de estos procesos. Se puede decir que hace diez años aproximadamente, la globalización no existía, pero faltaba muy poco para convertirse en algo real, y era evidente que la gente lo sabía.

Otra definición podría ser: globalización es el proceso asociado al desarrollo social mediante el cual se produce un incremento en la dependencia de todo tipo entre los individuos, entidades y naciones.

Es un proceso que no tiene marcha atrás. Con las nuevas formas de comunicación inmediata, como el Internet, la mayoría de las poblaciones tiene acceso al conocimiento de lo que está pasando al otro lado del mundo, puede adquirir productos con el simple pulsar unas teclas en la computadora, por el puro gusto de poseer las últimas tendencias en los objetos modernos y crear un falso status en la vida social.

Los objetos nos dan poder. El modo de uso cotidiano de los objetos constituye un esquema casi autoritario de presunción del mundo. La manera en que la mercadotecnia trabaja en la mente del hombre es ofreciendo objetos comunes que dan significados de poderío y status social (Baudrillard, 1969).

La globalización es transferida desde lo económico a todos los escenarios del intercambio social y se presenta como una realidad de dimensión “geológica”, neutra, incontestable. Se incorpora al ideario cultural y mediático bajo una nomenclatura difusa que remite a una suerte de mitología tecnocrática: habitamos mansos la nueva aldea global, sin geografía, sin materia, suspendiéndonos en una red planetaria de percepciones virtuales, consumiendo ávidos la inmediatez televisada, sin memoria.

Globalización es el nombre que damos a cosas como internacionalismo, colonialismo, modernización, cuando decidimos sumarlas y elevarlas a la categoría de aventura colectiva, épica, de época. La globalización es un paisaje hipotético, fundado en una idea: dar al dinero el campo de juego más amplio posible (Baricco, 2002, pp. 32-33).

Hablando en el contexto de diseño, que es lo que a nosotros nos concierne en esta investigación, debemos analizar que debido a lo mencionado anteriormente sobre la globalización, éste intercambio mundial implica la búsqueda de diferentes identidades, para poder ser claros en los mensajes que transmitimos debido a la diversidad social y cultural. El diseño debe adaptarse a cada grupo de acuerdo a sus necesidades específicas, y esto es un reto muy grande, ya que debido a la inmediatez en las comunicaciones la competencia puede llegar a distraer al receptor, haciendo que los mensajes pierdan impacto.

Es por eso que los diseñadores gráficos deben estar conscientes de los problemas actuales y adaptarse a las necesidades sociales, siendo responsables buscando alternativas en la producción de sus mensajes, evitando el deterioro ambiental causado por la industrialización y el crecimiento de la población.

En un artículo escrito por Carla Parodi en su blog, ella nos comenta lo siguiente: A pesar de las fallas que la globalización posee, tiene un punto a favor: la comunicación. Los medios de comunicación se han expandido de tal manera que una persona del otro lado del mundo puede saber simultáneamente lo que está ocurriendo en nuestro país. Para el

diseño es un gran paso, puesto que para las empresas es necesario hacerse imagen ante el mundo, o darse a conocer, y así mejorar frente al mercado. Para los diseñadores, es un campo provechoso por explorar. El crear para la empresa su imagen, identidad, y demostrarle al mundo lo que es, y lo que posee y quiere ofrecer, es nuestro trabajo (2007).

El diseño está en pleno crecimiento, y debe seguir una actualización constante. Los cambios tecnológicos y la facilidad de comunicación nos dan la pauta para enfrentar la competitividad, y debemos trabajar arduamente para estar al nivel de los mejores, lo cual sólo se logrará poniendo lo mejor de nosotros mismos.

1.1.2 ¿Dónde se encuentra México en este contexto?

En los años 90's, a partir de la aplicación del Tratado de Libre Comercio (TLC) los procesos de comunicación han crecido de forma acelerada en la capitalización de México, y no precisamente para concientizar a la población a resolver los problemas de crecimiento nacional.

Más que un producto social, las comunicaciones son herramientas utilizadas como parte de la mercadotecnia ya que actualmente es más importante buscar la ganancia en términos monetarios a corto plazo y a costa de lo que sea. Por lo tanto los proyectos culturales y de asistencia al desarrollo social han mermado tremendamente y algunos han desaparecido.

De la misma forma, la sociedad civil, o sea, la comunidad en general, no se preocupa de ser protagonista en lo que a comunicación se refiere, ni son tomadas en cuenta sus opiniones o las necesidades que les atañen en colectivo, sólo aparece en los medios cuando son noticia o un objeto informativo atractivo. A pesar de haber organismos no gubernamentales que se ocupan y se preocupan de algunas situaciones que afectan a los más desposeídos, en la mayoría de los casos a los medios no les importa transmitir o comunicar sus actividades, si no es con algún beneficio personal.

Con el proceso de modernización que vive nuestro país a partir del TLC se han recurrido a dos ideologías neoliberales que legitimizan el avance de la periferia:

3. La tesis del libre flujo internacional de la información

4. La ideología del acceso a la modernidad cultural

La información que llega a todos los rincones del mundo hoy está homogeneizada por la creación y expansión de las redes de información; pero eso no es más que una falsa justificación que permite la difusión e introducción de imágenes transnacionales a todo el planeta, y esa es la única forma de competir a escala global.

En los últimos 15 años en nuestro país se ha logrado que los valores e identidades nacionales se debiliten y se abran a la modernidad para formar un mercado universal por medio de campañas de marketing hasta lograr la adaptación de la concentración material.

Asimismo, mientras en la sociedad ha surgido la inquietud de producir por medio de las comunicaciones una conciencia ecológica del agua, de civilidad urbana, de racionalización de los recursos no renovables, etc., los canales de difusión gobernados por la mercadotecnia han construido una atmósfera de desperdicio cultural al producir una cultura de frivolidad, hiperconsumismo, una cultura light, que son rentables a corto plazo y llevan a despilfarrar energía humana que existe en el país para enfrentar los grandes problemas de crecimiento y sobrevivencia de nuestro país.

En el contexto mexicano, la preocupación por el medio ambiente se encuentra en los últimos lugares dentro de las prioridades de los gobiernos estatales, ya que las iniciativas del gobierno son prácticamente nulas y las organizaciones civiles son muy escasas y los ecologistas y profesionistas en ese ámbito no tienen la fuerza suficiente para causar impacto en el mejoramiento ambiental, por su propia cuenta.

En los países en vías de desarrollo, sobre todo aquellos donde el número de profesores está siendo diezmado por diversas enfermedades como el sida, es necesario que se formen más maestros (Brown, 2004, p. 266).

Es por eso que los profesionistas del diseño tienen una tarea de suma importancia que cumplir, aportando elementos de cambio en la situación actual. Sin embargo, es imperativo concientizar al nuevo diseñador desde su formación, sobre los impactos ambientales del diseño, ya que hemos contribuido de manera significativa en la producción y consumo de bienes ecológicamente dañinos y al despilfarro de recursos naturales (Fragmento de la justificación de la página dedicada al Ecodiseño en México, 2008).

Es aquí donde entra una nueva tendencia conocida como “Ecodiseño”, el cual se nutre de los conocimientos y la sensibilidad de la ecología y responsabilidad social. Éste exige a los diseñadores un compromiso con el medio ambiente, antes, durante y después de iniciar el proyecto. Por lo tanto se diseña con y para el medio ambiente, evaluando el impacto en la sociedad y por lo tanto concientizándola de la importancia del respeto a la naturaleza. Esto pone de manifiesto la necesidad de introducir un cambio radical en la forma en que se conciben y diseñan los productos industriales. Para los diseñadores, ese cambio se traduce en introducir la variable ambiental en el proceso de desarrollo de productos como un factor adicional a los que tradicionalmente se han tenido en cuenta.

Alejandro Chacón, profesor de la escuela de Diseño de la Universidad de Chile, nos apunta que: “Todos los países tienen derecho al desarrollo, pero se trata de que ese desarrollo no dañe el medio ambiente actual ni futuro. Se acostumbra considerar los impactos ambientales sólo al final del proceso y en otras ocasiones a prevenir la contaminación, pero el ecodiseño, al tomar en cuenta cada una de las etapas del producto, logra minimizar su impacto ambiental efectivamente, además de generar otras ventajas para las empresas” (2007).

Valores e identidad nacional

El capitalismo moderno de finales del S XX ha cambiado la identidad nacional y su estructura de los valores, como la tecnificación, el pragmatismo, la competencia desmedida, la obsolescencia, la internacionalización, la globalización y aceleración, entre otras cosas.

Esto ha llegado a fomentar el individualismo por sobre las relaciones entre las personas, la competencia en el trabajo y la tecnificación extrema como sentido del éxito y no el diálogo y acercamiento humano.

El culto a la juventud, la adquisición de lo nuevo y el rechazo de lo tradicional y antiguo; la invasión de la vida privada por las industrias culturales y no el incremento de la vida espiritual.

Se ha perdido la identidad nacional por la adquisición de culturas externas y no la riqueza que posee nuestro país. El aprendizaje de otros idiomas para expandir la adquisición de bienes materiales sobre el conocimiento más a fondo del español. Por medio de la

publicidad, se han creado falsas necesidades en los consumidores para alentar la compra y el materialismo haciendo creer que el valor de la persona es igual a la marca que porta y sus adquisiciones materiales.

De aquí deriva la importancia de rescatar nuestra identidad cultural para integrarnos a los inevitables cambios que trae la globalización y el intercambio cultural. En la actualidad en México se ha buscado producir hombres y mujeres capaces de consumir cualquier mercancía elaborada con los acuerdos comerciales del TLC y adquirir una identidad falsa por medio de ello.

La aplicación de la mercadotecnia en la conciencia del consumidor ha creado la ideología del desperdicio y el sacrificio de los valores importantes en todo el mundo. Desde los criterios materialistas de modernidad, el impulso de humanización no es una cultura que valga la pena por ser una actividad no lucrativa.

Actualmente la identidad nacional se ha debilitado por la oferta de productos y forma de vida que se transmiten por los medios de comunicación y se caracterizan por privilegiar lo superfluo de lo básico, evadiendo la realidad sobre los niveles de conciencia, la incitación al consumo sobre la participación ciudadana y la mentalidad del desperdicio sobre las actitudes sustentables.

Se debe reflexionar y proponer acciones dentro de los medios de comunicación para conservar la ideología nacional y el desarrollo de la conciencia, sin dejar a un lado la modernidad y la influencia de la globalización en nuestro país.

Y debemos empezar por concientizar a las nuevas generaciones de profesionistas, haciendo hincapié en que el alma cultural de México puede quedar sepultada por el espejismo de la modernidad y la sociedad capitalista internacional, y está en ellos rescatar las tradiciones y los valores que han hecho a nuestra nación sobresalir a través del tiempo.

¿Que encontramos a nivel local?

Robert Robertson, sociólogo autor de *Globalización* (1992), acuñó el término «glocalización», para referirse a la peculiar relación y correspondencia entre lo global y lo local. El término glocal es mucho más que la unión directa entre global y local. No son

fuerzas opuestas ni enemigas, sino hermanadas, relacionadas y necesarias una de la otra.

Y es que hay dos maneras de acercarse al término glocal: una, como un asunto estratégico de mercado, que ante la globalización requiere adaptar los productos a las comunidades locales para ser aceptados; y dos, como el tipo de redes ciudadanas tejidas de manera virtual en el orbe, en un ámbito personal y de cercanía.

En el primer acercamiento, la globalización parecería un concepto más económico y territorial; en el segundo, un fenómeno que forma parte de la homogeneización de la información a través de las nuevas tecnologías, a las que tenemos acceso y control desde la individualidad. No podemos soslayar un acercamiento en vista del otro. Porque ambas concepciones conviven bajo el eje que rige el tema de glocal: los sistemas de información.

La ciudad de Morelia

Morelia es la capital del Estado del Michoacán, se encuentra situada a una altura de 1951m sobre el nivel del mar; su clima templado tiene un promedio anual de 23° C. Cuenta con una población aproximada de 900,000 habitantes.

En los últimos veinte años, la ciudad ha tenido un crecimiento acelerado debido, según el cronista de la ciudad, Xavier Tavera Alfaro (2006), quién afirma que las sociedades de Morelia tienen como mayor virtud que sus habitantes se traten como seres humanos, y su mayor pecado es la ingratitud para con sus tradiciones e historia.

En el ámbito de la educación superior, que en esta investigación es de vital importancia, actualmente se cuenta con cuatro universidades que imparten la carrera de diseño gráfico o áreas similares, como diseño de la comunicación gráfica, diseño gráfico y diseño digital. Están dirigidas a públicos similares, pero con presupuestos fluctuantes.

Es importantísimo lograr que las universidades logren vincular a los estudiantes con el sector productivo, para dar a los alumnos la oportunidad de trabajar en proyectos reales, apoyados directamente por el profesorado.

A continuación se presentan algunos testimonios de profesionistas y su vinculación y experiencia con diseñadores de la comunicación gráfica, en un encuentro académico organizado por la Universidad Latina de América, en donde presentaron a todos los alumnos de la carrera de diseño de la comunicación gráfica, sus experiencias dentro de sus propias empresas y su vinculación con el diseño.

Panel de Profesionales vinculados al diseño gráfico, Jornadas Gráficas UNLA, 25 de marzo de 2009

En un evento realizado en las instalaciones de la Universidad Latina de América, concretamente la 7ª. Edición de las Jornadas Gráficas, con el tema Diversidad Gráfica, a nivel licenciatura, se invitó a participar en un panel a empresarios y profesionistas que han necesitado del diseño gráfico dentro de sus diversos rubros, y se les pidió que hablaran sobre sus experiencias con los diseñadores, y la importancia que existe actualmente en el impacto social que tiene el diseño. Es importante recalcar que los invitados explicaron sus vivencias personales y las expusieron en un lenguaje coloquial e informal hacia un público compuesto básicamente por alumnos de la carrera de diseño, y sus docentes.

Fue una charla en donde los propios alumnos se dieron cuenta de la importancia de vincular el diseño gráfico con la industria privada, desde los inicios de su formación.

Ing. Hugo Eduardo Serrato Pantoja / Alimentaria AFIRMA de Michoacán / Gerente de Aseguramiento de la Inocuidad.

Su trabajo consiste en la seguridad en los empaques de los productos que comercializa la empresa, y ya que es un producto de exportación, debe enfocarse por igual a ambos mercados.

“Opino que el trabajo del diseñador es de suma importancia; actualmente hay reglas y normas muy estrictas tanto nacionales como internacionales, debido a la globalización, y éstas deben ser cumplidas al pie de la letra”, es el trabajo integral del diseñador lo que nos dará esa garantía.

Originalmente nuestro producto era “Tostadas La Luz”, el cual se cambió a “Luzma”. Comercializamos diferentes productos. Para nosotros, es muy importante que nuestro producto se vea a través del empaque, o sea, que éste sea transparente. Ahí fue cuando

buscamos un diseñador que pudiera satisfacer todas nuestras necesidades. El diseño del empaque fue crucial en el éxito de la venta del producto.

Asimismo, las ventas en Estados Unidos deben ser tomadas en cuenta en cuanto a sus aspectos culturales. Uno de nuestros productos era conocido como “tostadas deshidratadas”, pero eso no se vendía porque para nuestro segmento de mercado era una palabra desagradable. Nuestro diseñador investigó, y se le cambió la leyenda a “tostadas horneadas”, lo que le dio un gran boom a la venta de ese producto en el mercado internacional.

El logotipo de nuestro producto muestra una guare, una mujer típica con traje de indígena, y así lo quisimos ya que lo que ofrecemos al público debe proyectarse como casero y tradicional.

Consideramos que un buen diseñador debe ser multidisciplinario a la hora de solucionar problemas de comunicación visual. Si no tiene conocimientos en algún tema específico como química, ingeniería, etc., debe orientarse por medio de expertos para poder llegar a soluciones coherentes. Indiscutiblemente debe ser por lo menos bilingüe.

Debe tener conocimiento de materiales sobre todo si el empaque estará en contacto directo con el producto, en cuanto a su toxicidad y facilidad de fabricación.

Nosotros percibimos el diseño como una inversión de alto riesgo. Se espera lo mejor obviamente, y para nosotros lo más importante es que funcione, pero en algunos casos el trabajo no es lo que se esperaba, ya que un diseño es la esencia de la empresa traducido en un logotipo, en una imagen que representa toda nuestra filosofía.

Como consejo para las nuevas generaciones de diseñadores gráficos, les debo insistir que no se queden únicamente con lo aprendido en las aulas. Cultívense, actualícense, no se dejen vencer. Valoren su trabajo como profesionistas y sustenten su valor comercial. Aterricen sus ideas para eliminar a la competencia con capacitación día a día.

Dr. Rafael Macouzet / Productos Gourmet VALMAC / Director Operativo

Es una empresa dedicada al desarrollo de franquicias. Manejamos diversos productos.

AL principio sólo contábamos con Lillians Coffees para comercializar nuestros diferentes tipos de cafés, así como saborizantes. Pero muchas empresas del mismo ramo no querían comprarnos porque en realidad éramos la competencia. Así que decidimos buscar un diseñador para crear una identidad aparte y así poder vender nuestros productos con otro nombre.

Uno de nuestros productos con mayor aceptación es el jarabe de diferentes sabores. Nace de la necesidad del paladar mexicano, ya que los productos importados no satisfacen plenamente al consumidor nacional, por los gustos tradicionales del mercado mexicano.

Tuvimos algunos problemas con otros diseñadores que no permitían que nosotros como clientes opináramos sobre el trabajo que ellos estaban realizando, ya que en algunas ocasiones se creen artistas de talla mundial y sienten que ellos son los únicos que saben. Nuestra necesidad era específica, y el diseñador que contratamos es muy abierto en cuanto a los consejos y soluciones que nos ha dado. Nos permite opinar.

Tenemos una gran diversidad de productos, y el diseñador nos ayudó muchísimo con la imagen, a encontrar los mejores precios en las impresiones, y la mejor calidad.

Consideramos que el diseñador debe tener conocimientos multidisciplinarios, como legales, ya que no se trata de hacer un diseño agradable en las etiquetas, sino saber qué ingredientes pueden ser utilizados. La información nutrimental, el código de barras, los requisitos de la etiqueta, es importante que el diseñador conozca sobre eso. Debe poseer conocimientos administrativos y técnicos, para poder otorgar un diseño integral y de la mejor calidad.

Un buen diseñador, debe ser bilingüe, tener conocimientos básicos de matemáticas, sociología, administración, adentrarse en áreas específicas dependiendo de su cliente, debe fortalecer todos esos recursos.

Para nosotros como empresa, el diseño es en un cien por ciento, inversión, porque nos deja una experiencia, la cual puede ser buena o mala, pero las experiencias siempre son enseñanzas.

Otra cosa que quisiera recalcar, es la ética profesional del diseñador. Hace un tiempo contratamos un diseñador para una identidad corporativa. Se le dio un anticipo, pero a final de cuentas la imagen, las ideas creativas, y todo el trabajo no lo utilizamos. Poco tiempo después, en una compañía con un rubro similar al nuestro, vimos nuestra imagen, nuestra idea, nuestros carteles y toda nuestra campaña publicitaria en ese cliente.

Sentimos directamente una traición y la falta de ética en ese diseñador. Sabemos que esto no se debe hacer en ninguna profesión.

Mi consejo para las futuras generaciones es, tengan paciencia. Los clientes somos muy ansiosos y tenemos muchas ideas, las cuales a veces nos cuesta trabajo expresar. Pero al conocer el rubro de nuestro producto, denos oportunidad de exteriorizar nuestras opiniones. El diseñador es el experto, y otra cosa, nunca pierdan la creatividad.

Ing. Fernando Vargas Díaz / Grupo Alfa / Gerente General

Al iniciar mi micro empresa, lo último que se me ocurrió fue pensar en tener un diseño para ella. Pero al querer comercializar y trabajar en un ambiente tan competitivo, me di cuenta que necesitaba una identidad personal, algo que me posicionara en el mercado. Y fue así como contraté los servicios de un diseñador gráfico. Busqué asesoría sobre mis necesidades para encontrar el diseñador que me ayudara a dar a conocer de una forma eficiente mi compañía.

Considero que el posicionamiento del producto es muy importante, es por eso que creo que el diseñador debe ser lo suficientemente abierto y debe estar informado sobre nuestras necesidades específicas. El diseñador debe entender las ideas que el cliente quiere ver plasmadas, debe ser multidisciplinario y sustentar sus propuestas gráficas.

A nosotros como comerciantes nos interesa posicionarnos en el mercado, pero es el diseñador el que debe tener suficientes conocimientos y bagaje cultural para cumplir con su trabajo. No es únicamente saber ilustrar o conocer el software, sino hacer un diseño que funcione.

Para mi, el diseño es una inversión y es trabajo de los diseñadores que sus ideas funcionen. El diseñador debe ser abierto y permitir opiniones objetivas; deben aceptar si sus ideas funcionan o no y fundamenten con bases el concepto de su trabajo. Un

diseñador debe ser ante todo, un profesional, ofrecer su trabajo con bases sólidas y fundamentadas, tener conocimientos y saber investigar. Nosotros tenemos una idea, pero el diseñador debe estar capacitado para dar la solución más adecuada.

Conclusiones personales referentes al panel de empresarios:

Los tres profesionistas coincidieron en que el diseño es una inversión, y el diseñador debe ser un profesional que lleve a cabo su trabajo de manera seria y competente. Debe tener conocimientos multidisciplinarios y saber traducir las necesidades de su cliente en mensajes gráficos comprensibles por el público al que van dirigidos.

Este panel sirvió para ampliar la visión de los alumnos con respecto a su vinculación con otros profesionistas que requieran de sus servicios. Se dieron cuenta que no es fácil entablar una relación perfecta con un cliente y que el conseguir que un diseñador cumpla los objetivos planteados no es obra de magia, sino de un esfuerzo conjunto, ya que no sólo se requiere de habilidad creativa, sino de comprender las necesidades de quién nos convoca para traducirlas en signos gráficos y lingüísticos, de una manera objetiva, estética y de fácil comprensión.

1.2 El medio ambiente y el diseño gráfico.

Desde los inicios de la profesión de diseñador gráfico como disciplina formal, en la escuela de la Bauhaus*, se planteó una filosofía de responsabilidad social y con el medio ambiente. Pero muchas veces, la falta de ética en la profesión y desempeño en algunos compañeros diseñadores, ha contribuido a que seamos catalogados como “hacedores de basura”.

En el mundo global en que el intercambio de productos y servicios crece, para los países emergentes, el diseño debe formar parte del discurso político del desarrollo, es decir, que cuando se hable de desarrollo, la palabra diseño debe estar presente. Principalmente porque los productos que se integran al intercambio internacional deben ser capaces de comunicar identidad y deben adquirir sentido desde lo local, para tener una oportunidad en el mundo global que busca lo único, lo diferente, lo que puede crear identidad para quien lo usa.

* Primera escuela de Diseño Gráfico en Alemania y el mundo, tema que es abordado a profundidad en el Capítulo 4 de este trabajo.

Así como hoy en día está de moda utilizar la palabra ecología sin hacerla parte integral de nuestra vida, nosotros como diseñadores debemos estar conscientes del gasto innecesario de recursos naturales que muchas veces utilizamos sin una justificación.

Cada año se sacrifican 50 millones de árboles y 75 mil millones de litros de agua para crear 7 millones de toneladas de correo indeseado del que el 40% termina en el bote de basura sin ser leído*. ¿Es esto acaso justificable en alguna manera?

Vivimos en un mundo en que sólo el más fuerte sobrevive, pero también el más audaz y el que tiene ideas más creativas que sean consideradas para durar a largo plazo. Sería absurdo pensar que el diseño es la disciplina que salvará al mundo, no, pero puede contribuir a mejorar nuestra calidad de vida en muchos aspectos.

Tal parece que la gente está empezando a despertar y se está sensibilizando por los problemas ambientales, el calentamiento global, la escasez de agua, la contaminación, pero muchas veces nuestra reacción es pasiva, nos preocupamos pero no nos ocupamos realmente de dichos problemas.

El diseñador como transmisor de mensajes visuales tiene la responsabilidad de proyectar los valores que son la base de la sociedad, comprometerse con su entorno para realizar proyectos integrales y desarrollar nuevas estrategias.

Desgraciadamente, muchas veces nuestra profesión está vinculada únicamente a la estética y la publicidad de nuevos productos, con un toque frívolo y materialista. Pero el diseñador es mucho más que eso. Somos traductores de necesidades que van más allá de lo material, podemos enseñar, concientizar y responsabilizar con el ejemplo a nuevas generaciones.

1.3 Ecología y sociedad

Vivimos constantemente rodeados de amenazas ecológicas; los problemas del medio ambiente se han manifestado de una manera alarmante desde inicios de la segunda mitad del siglo XX, y hoy en día se acompañan de una fuerte crisis social y política a nivel mundial.

* Datos proporcionados por National Geographic en su serie especial Día de la Tierra, 2008.

Salvar el planeta es una tarea de ingentes proporciones. Los problemas son enormes y complicados, y muchas veces ni los científicos alcanzan a comprender lo que está sucediendo. Así pues, es difícil predecir lo que le ocurrirá a la Tierra en el futuro. La cantidad de personas que han vivido en este planeta desde la noche de los tiempos es un simple parpadeo comparado con la larga historia de la Tierra. Aun así hemos cambiado su rostro mucho más que cualquier otra especie que la haya poblado (Taylor, 2008, p.94).

Algunos de los grandes problemas en el mundo son:

- El cambio climático
- La disminución y la contaminación de los recursos acuíferos
- La acumulación de residuos tóxicos

Y así podríamos seguir nombrando todos los problemas a los que se está enfrentando nuestro planeta debido a la ignorancia y la falta de responsabilidad social en la mayoría de nosotros. América Latina particularmente, presenta una situación alarmante debido a su atraso económico y la desigualdad social.

Tanto en el campo como en la ciudad existe una gran cantidad de contaminación, en el agua y en el suelo, y la flora y la fauna se ven en grave peligro debido a la sobrepoblación.

En un mundo de comercio global en el que todo se vende y la potencia económica es lo que más importa para adquirir el poder y el control, los recursos van de los pobres a los ricos y la contaminación de manera contraria, es transmitida de los ricos a los pobres sin ninguna medida ni consideración.

La crisis social y ambiental que vivimos exige que la economía mundial ponga límites ambientales y se de cuenta de las necesidades humanas. La competencia en el mundo es en extremo desigual entre los países ricos y los pobres, no sólo porque sus empresas son poderosas sino porque las normas del libre comercio se inclinan hacia ese falso crecimiento que ofrecen los ricos sin permitir a los pobres ejercer sus derechos.

La globalización no es un fenómeno únicamente geográfico; invade los límites éticos y ecológicos del comercio. Todo se vende: los genes, las células, las plantas, las semillas, el conocimiento, el agua, y hasta la contaminación.

La vida ha perdido su carácter sagrado; la contaminación y los residuos han pasado a ser la base de la comercialización de muchos millones de dólares y en vez de eliminar esa contaminación se han desarrollado sistemas que permiten que los ricos la vendan a los pobres.

La pérdida de los valores espirituales, o la sustitución de éstos por las cosas materiales, y la falta de interés en cuestiones ecológicas, culturales y sociales están llevando al mundo a un caos real donde lo más importante es el consumismo y la adquisición de poder.

A este paso, sin una conciencia ecológica y social generalizada en la juventud en todas las profesiones, poco a poco estamos acabando con lo que nos ha dado todo: nuestro planeta.

1.4 La carta de la tierra y la formación de diseñadores

¿Qué es la Carta de la Tierra?

La Carta de la Tierra es una síntesis de valores, principios y aspiraciones ampliamente compartidos por un número creciente de hombres y mujeres en todas las regiones del mundo.

Los principios de la Carta de la Tierra reflejan consultas internacionales extensivas conducidas por un período de varios años. Estos principios también están basados en la ciencia contemporánea, las leyes internacionales y en lo más profundo de la filosofía y la religión.

Borradores consecutivos de la Carta fueron circulados alrededor del mundo para obtener comentarios y debate por parte de organizaciones no gubernamentales, grupos comunitarios, sociedades profesionales y expertos internacionales en varios campos.

En 1987, la Comisión Mundial para el Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas hizo un llamado para la creación de una carta que tuviera los principios fundamentales para el desarrollo sostenible. La redacción de la Carta de la Tierra fue uno de los asuntos inconclusos de la Cumbre de la Tierra de Río en 1992. En 1994 Maurice Strong, Secretario General de la Cumbre de la Tierra y Presidente del Consejo de la Tierra y Mikhail Gorbachev, Presidente de Cruz Verde Internacional, lanzaron una nueva iniciativa de la Carta de la Tierra con el apoyo del Gobierno de los Países Bajos.

La Comisión de la Carta de la Tierra se formó en 1997 para supervisar el proyecto y la Secretaría de la Carta de la Tierra se estableció en el Consejo de la Tierra en Costa Rica.

Misión de la Iniciativa de la Carta de la Tierra

Con el lanzamiento oficial de la Carta de la Tierra en el Palacio de la Paz en La Haya el 29 de junio del 2000, se inició una nueva fase para la Iniciativa. La misión de la Iniciativa de ahora en adelante es establecer una base ética sólida para la sociedad global emergente y ayudar a crear un mundo sostenible basado en el respeto a la naturaleza, los derechos humanos universales, la justicia económica y una cultura de paz.

Las metas de la Iniciativa de la Carta de la Tierra son:

- Promover la diseminación e implementación de la Carta de la Tierra por parte de la sociedad civil, el sector de negocios y el gobierno en todos sus niveles.
- Instar y apoyar el uso educativo de la Carta de la Tierra en ambientes tanto formales como no formales.
- Buscar el aval a la Carta de la Tierra por parte de las Naciones Unidas.

Estructura de la Organización

La Iniciativa de la Carta de la Tierra cuenta con:

- Una Comisión
- Un Comité Director
- Una Secretaría Internacional
- Una Red de Representantes y Organizaciones de Apoyo

La Comisión de la Carta de la Tierra fue formada a principios de 1997 para supervisar los procesos de redacción y consulta y aprobar la versión final de la Carta, la cual fue lanzada en marzo del 2000, después de la reunión de la Comisión de la Carta de la Tierra en París en el edificio principal de la UNESCO. Los miembros de la Comisión fueron escogidos con base en su compromiso con la causa y su habilidad de hacer que el proyecto avanzara.

La Comisión creó el Comité Director de la Carta de la Tierra para supervisar las operaciones y los programas de la Iniciativa de la Carta de la Tierra, así como para que sirviera de guía a la Secretaría Internacional.

La Secretaría Internacional de la Carta de la Tierra está ubicada en el campus de la Universidad para la Paz en San José, Costa Rica. La Secretaría brinda apoyo a la Comisión y al Comité Director, coordina programas de importancia y tareas a nivel mundial y trabaja con una red global de 53 Comités Nacionales de la Carta de la Tierra y sus facilitadores, así como organizaciones socias, incluyendo Consejos Nacionales de Desarrollo Sostenible.

Los "Puntos Focales" de la Carta de la Tierra están compuestos por representantes de comunidades, educadores, personas de negocios y de gobierno. En algunos países, los Consejos Nacionales de Desarrollo Sostenible (CNDS) sirven como "puntos focales" de la Carta de la Tierra. En otros casos, sólo hay una persona u organización que es la facilitadora para ese país.

La Carta de la Tierra y la Educación

La Carta de la Tierra está siendo adoptada y utilizada por educadores alrededor del mundo en una gran diversidad de ambientes educativos – escuelas, instituciones de educación superior, así como en desarrollo comunitario y profesional. Educadores de secundaria, preparatoria y universidad encuentran en la Carta de la Tierra un recurso útil para incorporar en los cursos que tienen que ver con temas como ética, ambiente, justicia social, desarrollo sostenible, globalización y relaciones internacionales.

Los trabajadores comunitarios se han dado cuenta de que la Carta de la Tierra puede jugar roles importantes en concientizar a la gente acerca de los retos globales que enfrentamos y ayudarlos a evaluar su propia situación tomando cursos positivos de acción. Los maestros de escuelas primarias encuentran que la Carta de la Tierra es un vehículo de inspiración para que los jóvenes piensen positiva y creativamente acerca de su futuro.

La educación es la clave para avanzar en cuanto a la transición hacia formas de vida más sostenibles. Se necesita educación transformadora: educación que se refiera a los cambios fundamentales que demandan los retos de la sostenibilidad. Acelerar el progreso hacia la sostenibilidad depende reactivar relaciones de más cuidado entre los seres

humanos y el mundo natural y facilitar la exploración creativa de formas de desarrollo más ambientales y socialmente responsables.

La Carta de la Tierra brinda un marco único para el desarrollo de programas y currículo educacional con miras hacia el aprendizaje transformativo para un mundo más justo, sostenible y pacífico.

La Filosofía Educativa de la Carta de la Tierra

No es posible ni recomendable, para la Secretaría Internacional producir materiales institucionales únicos y genéricos con los cuales "enseñar" la Carta de la Tierra. El mundo es demasiado cultural y organizacionalmente complejo para permitir una solución tan simple.

Más bien, la experiencia nos enseña que en las manos de un buen maestro, la Carta de la Tierra es su mejor recurso. Afortunadamente, existe un portafolio creciente de material curricular, actividades y materiales creados en base a la Carta de la Tierra en donde nos podemos basar. Este portafolio está a disposición en línea en "Teaching Resource Database".

Un comité asesor internacional fue establecido para guiar el desarrollo del programa educativo de la Carta de la Tierra. Se llevó a cabo un foro de discusión en línea con el propósito de articular una filosofía educacional para la Carta de la Tierra e identificar tareas prioritarias para el programa educativo. Los resultados de las deliberaciones del comité asesor fueron resumidas y pueden ser accesadas en la publicación en línea: "Synthesis".

Actualmente existen diversas instituciones a nivel superior, que se encuentran documentando un grupo de casos de estudio alrededor del mundo que ilustran de qué forma los educadores han hecho uso de la Carta de la Tierra en escuelas, instituciones de aprendizaje superior, a nivel comunitario y en desarrollo profesional, es por eso que yo creo que no debería estar limitada a sólo unas cuantas instituciones.

Los países en donde se están llevando a cabo dichas investigaciones son sumamente diversos, pero todos se encuentran enfocados en la solución de los principales problemas

ambientales de nuestro planeta, y proponen instruir a las nuevas generaciones creando una conciencia para cuidar los recursos naturales por medio de la sustentabilidad.

Una definición reconocida internacionalmente de desarrollo sostenible señala que: *“el desarrollo sostenible satisface las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”*. Informe de la Comisión de Brundtland. Entre los países que están llevando a cabo este tipo de programas se encuentran: Estados Unidos, Costa Rica, Armenia e Inglaterra.

Se creó el *Global Higher Education for Sustainability Partnership (GHESP)*, organización educativa en donde sus miembros creen que la educación superior debe jugar un rol central dentro del proceso completo para alcanzar el desarrollo sostenible. Los socios están convencidos de que si los líderes de importantes disciplinas e instituciones no hacen de la sostenibilidad el tema académico central y organizacional, será imposible crear un futuro justo, equitativo y sostenible. Desde su fundación, GHESP ha utilizado la Carta de la Tierra como inspiración e instrumento para su planeamiento programático (UNESCO, 2000).

Uno de los valores centrales para el desarrollo sostenible es la “Responsabilidad Universal”, o el sentido de responsabilidad en torno al papel que uno desempeña y el impacto que puede tener, no solamente en el ámbito local, sino también global. Esto se relaciona estrechamente con otro aspecto fundamental del desarrollo sostenible, la “Interconexión”. Se ha establecido que cada acción desencadena una multitud de reacciones en otras áreas. Por lo tanto, cuando uno piensa en el “desarrollo” no puede abordar los aspectos sociales, económicos, ecológicos, culturales, políticos y espirituales de forma aislada (Mukherjee, 2005).

Es por eso que creo que debemos introducir, dentro de nuestros programas educativos, sea cual fuere el rubro de la profesión de los alumnos, la concientización y responsabilidad social que nuestro entorno necesita, basándonos en documentos tan completos como La Carta de la Tierra. Es un tema que nos concierne a todos sin importar en donde nos encontremos o en qué nos desempeñemos, y cómo transmitiremos el respeto y el cuidado de nuestro planeta, nuestra comunidad y la vida.

El profesional del diseño no puede trabajar paralelo a un mundo que lo necesita, debe integrarse y proponer soluciones a los problemas de comunicación que aquejan a nuestra sociedad. Pero también es muy importante la actualización de los diseñadores, ya que como mencionamos al principio de este capítulo, el mundo globalizado moderno nos exige ir un paso adelante ya que las comunicaciones hoy en día son inmediatas.

Puede decirse que el diseño gráfico ha existido desde siempre. Esa necesidad de comunicar, de trascender a las siguientes generaciones, si bien no existía la disciplina como tal, era llevada a cabo primero por escribas y más tarde realizada por los artistas, y no fue hasta principios del siglo XX que se fundó una escuela para la formación profesional de los diseñadores.

Pero actualmente vivimos invadidos de problemas de diferente índole, como los que sufre nuestro planeta debido a la contaminación ambiental, el descuido de los recursos naturales, el calentamiento global y muchos otros que están acabando con nuestros ecosistemas.

Dentro de las tareas del diseñador de la comunicación gráfica están la responsabilidad social y la forma de transmitir esa concientización por medio de mensajes visuales directos a los diferentes públicos que lo rodean.

El objetivo de este trabajo, en el que se abordan temas como los inicios de la comunicación visual y la enseñanza del diseñador, tiene como culminación la realización de un trabajo de campo que se ha venido realizando en los últimos cuatro meses, y en los que los alumnos se dan cuenta de las carencias y necesidades de su entorno, y en donde el diseñador gráfico ocupa un papel importantísimo ayudando a proponer soluciones viables a algunos de esos problemas.

El capítulo siguiente nos habla sobre los modelos educativos, la enseñanza tradicional, y el aprendizaje significativo, y de qué forma los estudiantes aprenden, con bases teóricas, pero viviendo experiencias prácticas de la mejor manera y solucionando problemas creativamente, asesorados por profesores que a su vez, ejercen a diario la práctica del diseño.

Existen muchas formas diferentes de transmitir los conocimientos, métodos didácticos basados en la teoría del conocimiento y experimentados a lo largo de la historia, pero no

existe ningún método para realizar el diseño, ni para enseñar a los alumnos a diseñar. Se pueden utilizar métodos que ayuden al estudiante a despertar su creatividad, a sensibilizarlo en cuanto a la comunicación y calidad visual de los mensajes. Pero no existe, ni existirá un método que se pueda seguir como una receta, para aprender el oficio de diseñar.

Esto se aprende sobre la marcha, por medio de análisis, investigación, programación, un seguimiento ordenado de ideas. Es importante también, el bagaje cultural que se haya adquirido con los años, los conocimientos previos, la cultura, que pueden ser tomadas como una base de datos personal, que servirán como referentes al diseñador para tener suficientes herramientas para incentivar su creatividad.

Capítulo 2

Introducción

En este capítulo, plantaremos temas de gran relevancia para nuestra investigación, ya que una de sus principales vertientes es la educación y la forma en que la enseñanza se imparte en la carrera de diseño de la comunicación gráfica.

Existen diferentes modelos educativos y formas de enseñanza, pero podría decirse que no todas funcionan adecuadamente para las diferentes disciplinas. Aquí nos enfocaremos en el constructivismo y su influencia en la enseñanza, de igual forma abordaremos un poco de la enseñanza tradicional y su historia a través del tiempo.

Otros aspectos importantes son la práctica del aprendizaje en el taller de diseño y su relevancia en cuanto a la teoría, y de qué forma la lectura es un factor importante en la culturización y superación de los estudiantes de cualquier nivel.

Pero hay un punto importantísimo que se debe tocar en este apartado y es, que para la enseñanza del diseño no existe un método específico a seguir. Así como en cualquier disciplina, un diseñador gráfico debe reunir ciertas características esenciales que le ayudan a ejercer exitosamente esta profesión.

“Cuando un diseñador gráfico da una respuesta creativa a una necesidad de comunicación, pone en marcha (directa o indirectamente, consciente e inconscientemente) sus recuerdos, sus experiencias anteriores, su archivo mental de imágenes, su sensibilidad, sus lecturas, sus conocimientos técnicos, sus pasiones, su pasado, etc.” (Belluccia, 2007, p.104).

El diseñador debe seguir su propio camino, su intuición y sus conocimientos, pero el bagaje cultural que lleva consigo es en especial relevante porque un diseñador que no lee, que no va al cine, que no escucha música, que no se asombra con la belleza natural, no tiene las herramientas necesarias que jamás se darán en un salón de clases. Es importante señalarles a los alumnos, que mientras más despierta está la mente, más información guardan en ella, más fácil les será dar rienda suelta a la imaginación y a la creatividad.

2.1 La comunicación en la enseñanza

La comunicación ha sido un factor que ha existido en la condición humana desde los primeros hombres, y que se basa en la necesidad de transmitir ideas, sentimientos, emociones y formas de pensar, y consiste en el intercambio de mensajes, en donde debe existir un emisor que los transmita, y un receptor que los reciba a través de un código comprensible por ambos.

La comunicación es uno de los aspectos más importantes en el proceso de enseñanza, y ésta se obtiene únicamente mediante la interrelación orientada hacia los fines específicamente planteados. Pero para que exista esa comunicación, el mensaje debe estar cargado de códigos comprensibles para quien lo percibe.

Existen puntos importantes para transmitir una comunicación no verbal:

- Nuestra actitud
- Nuestra comprensión y apertura
- Propiciar un clima agradable en el salón de clases o en donde se quiera transmitir el conocimiento

De igual forma, existen barreras en la comunicación y debemos estar siempre alertas para no presentarlas:

- Una actitud negativa y cerrada que transmita falta de interés y el no escuchar sus puntos personales
- Tener prejuicios ante nuestros alumnos
- Criticar en sentido peyorativo y negativo sus opiniones y propuestas
- Ser superficiales, no transmitir profundidad y coherencia en nuestro pensar
- Hacerles sentir que somos superiores y nunca nos equivocamos

Reconociendo nuestros límites y aceptando los valores individuales de los demás, manifestamos estar llamados a la plenitud del ser. Uno nace como individuo, pero el hacerse persona es parte de un largo proceso. Y para eso está el docente, para ayudar a los alumnos a conocerse y conocer su propio camino para llegar a su propia plenitud.

Los elementos que intervienen en la comunicación son:

- El cuerpo: se refiere a la expresión corporal
- Los sentidos: como percibimos a las demás personas
- Los valores: defendemos nuestra formación integral
- Ritos religiosos: son nuestras propias creencias
- Símbolos: la manera de recibir los mensajes por medio del diseño y las imágenes.

2.2 Breve exposición histórica de la estructuración de la didáctica*:

- **Sócrates** Siglo V antes de C.
Creó la mayéutica, método de carácter inductivo que se basaba en la dialéctica (que supone la idea de que la verdad está oculta en la mente de cada ser humano). Es el arte de hacer nacer ideas mediante preguntas, es decir, provocando la reflexión, que el interrogado descubriera por sí mismo la verdad, guiado por las preguntas a lo que lo sometía.
- **Aristóteles**.- siglo IV antes de C.
Señaló este pensamiento que después fue repetido por otros: “nada hay en el entendimiento pues antes no haya entrado por los sentidos”. Los idealistas dicen que los sentidos engañan. Los empíricos, la razón es subjetiva. Todo pasa por los sentidos y luego se razona. Se relacionan, se razonan y se crea.
- **Séneca**.- siglo I antes de C.
Expresó: “enseñamos para la vida” y añadió que el ejemplo es uno de los mejores medios educativos.
- **Quintiliano**.- siglo II DC.
Se declaró por una enseñanza atractiva que aprovechó el juego y la capacidad del niño.
- **R. Bacon**.- 1492 – 1540
Afirmó: “hay dos maneras de alcanzar el conocimiento, por la razón o por la experiencia”. Regresa al cuestionamiento de Sócrates.
- **J.L. Vives**.- 1492- 1524

* La palabra **didáctica** deriva del griego *didaktikè* ("enseñar") y se define como la disciplina científico-pedagógica que tiene como objeto de estudio los procesos y elementos existentes en la materia en sí y el aprendizaje.

Aconsejó que el educador habrá de caracterizarse por su entusiasmo para aprender y enseñar y procurará conocer a sus alumnos, para adaptar su trabajo a éstos. Se interesa tanto por sus alumnos que eso lo lleva a la decadencia.

- **F.Rabelais.-** 1483- 1533

Expresó que el alumno debe reconocer plenamente la naturaleza y la transformación de las materias primas. Involucrar los sentidos en el aprendizaje.

- **F.Bacon.-** 1561- 1670

Introdujo formalmente la inducción en el estudio científico e hizo hincapié en las ventajas de la observación y la experimentación. Es reconocido como el que introdujo el método experimental.

- **J.A. Comenio.-** 1592- 1670

Proclamó “que no debe enseñarse por autoridad nada que admita una demostración sensible o racional”.

- **J.J. Rousseau.-** 1712- 1778

Puso de manifiesto que cada idea tiene sus intereses propios y por consiguiente, el estudiante los tiene muy suyos. Defendió la idea de la educación naturalista.

- **E.Pestalozzi.-** 1746- 1827

Señaló la importancia de la intuición, o sea el aprendizaje por medio de los sentidos; indicó que al saber se ha de unir el poder; y a los conocimientos, la “práctica” y sobre el educando anotó “no lo arrojéis en el laberinto de las palabras antes de haber orientado su espíritu por el conocimiento de las realidades”.

- **E.Froebel.-** 1782- 1852

Al igual que Pestalozzi y Herbart, advirtió la finalidad social de la educación, afirmó que toda educación es autoactiva y que la escuela debe ser una sociedad en la que el estudiante tenga iniciativa.

- **H.Spencer.-** 1820- 1902

Representante de la tendencia científica de la educación proclamó la utilidad como principio de la enseñanza, e influyó en la revisión de los programas de estudio.

Y como término de este rápido paso a través de la historia pedagógica llegamos a la época contemporánea, en la cual la didáctica sigue enriqueciendo su contenido.

Carl Rogers (1902 –1987) Se enfoca en la persona como un todo (su visión es

humanista). Nos señala que la facilitación del aprendizaje significativo se basa en ciertas actitudes específicas que existen en la relación personal entre el facilitador y el que aprende.

Estudia las diferentes dimensiones del hombre para enfocarlas al aprendizaje significativo. Dice que el medio ambiente es un factor que influye al aprendizaje, la comodidad, el espacio donde se enseña, etc.

Para Rogers, existen varios factores que influyen en el aprendizaje, y éstos son:

- Los contenidos, información, conductas o habilidades que hay que aprender
- El funcionamiento de la persona en sus diferentes dimensiones: biológica, psicológica, social y espiritual
- Las necesidades actuales y los problemas de diversa índole que la persona esté viviendo, son factores muy importantes
- El medio ambiente en que se dé el aprendizaje

Una de las principales tareas del maestro o facilitador consiste en ayudar a los estudiantes a descubrir la importancia y los significados de cada contenido del aprendizaje. No basta con que sean importantes porque sí, sino debemos ayudarlos a entender a fondo ese por qué.

2.3 La educación tradicional

Se puede decir que la escuela ha existido desde aproximadamente cinco siglos antes de nuestra era, cuando fue creada en la Grecia Clásica. Y a pesar de los cambios y transformaciones, la relación de alumno – maestro sigue como eje del proceso educativo.

Hay muchos sistemas educativos, y según la descripción de Rafael Flórez Ochoa (1998, p.169), “un modelo es la imagen o representación del conjunto de relaciones que definen un fenómeno, con miras a su mejor entendimiento”. Dicho en otras palabras se podría comprender que un modelo es una aproximación teórica útil en la descripción y comprensión de aspectos interrelacionados de un fenómeno en particular.

Así, un modelo pedagógico o sistema educativo expresa concepciones y acciones más o menos sistematizadas que constituyen distintas alternativas de organización del proceso de enseñanza para hacerlo más efectivo. Esta efectividad se refiere a la obtención de los

finés educativos que una sociedad predetermina para poder transmitir sus valores culturales y formar el ideal de persona dentro de un contexto moral, histórico y social.

La educación tradicional en el aula ignora casi por completo el proceso de generación de las ideas, enfocando su atención casi exclusivamente en el producto final del aprendizaje. Esto redundaba en que los alumnos lleguen a comprensiones superficiales y frágiles, cuando no erróneas, de las ideas presentadas por el profesor.

A principios del siglo XX iniciaron los movimientos feministas con la educadora sueca Ellen Key. Su libro “El Siglo de los Niños”, escrito en 1900, fue traducido a varios idiomas e inspiró el progreso en la educación en muchos países. Ella apuntaba que la enseñanza debía basarse en las necesidades de la sociedad o en los preceptos de la Iglesia.

Otra educadora que tuvo mucha influencia fue la italiana María Montessori. Su filosofía se extendió a todo el mundo. Ella no estaba de acuerdo con las técnicas rígidas de educación, y frecuentemente crueles que se utilizaban en Europa. Basó sus ideas en el respeto hacia el niño y en su capacidad de aprender, partía de no moldear a los niños como reproducciones de los padres y profesores imperfectos, sino que crecieran con una capacidad propia de hacer frente a los problemas desarrollando su propio potencial como ser humano.

Este método está basado en observaciones científicas relacionadas con la capacidad de los niños, para absorber los conocimientos de su alrededor, así como el interés que éstos tenían por todos los materiales que pudieran manipular.

Los principios fundamentales de la Pedagogía Montessori están basados en la autonomía, la independencia, la iniciativa, la capacidad de elegir, el desarrollo de la voluntad y la autodisciplina, así como el orden, la concentración, el respeto por los demás y por sí mismo (Montessori, 1976).

Después de la Revolución Rusa de 1917, la antigua Unión Soviética desarrolló un interesante proyecto en el campo educativo, cosa que se propagó en todo el mundo. Esta educación se basaba en las teorías y prácticas pedagógicas procedentes de la ideología marxista-leninista, basadas en la dialéctica materialista, en donde el fundamento más esencial y más próximo del pensamiento humano es la transformación de la naturaleza por el hombre.

El siglo XX ha estado marcado por la expansión de los sistemas educativos de los países industrializados, así como la aparición de nuevas naciones en Asia y África.

La educación básica se podría decir que actualmente es universal, aunque gran cantidad de niños no tienen oportunidad de asistir a la escuela. Tratando de promover la educación, la UNESCO realiza campañas de alfabetización y otros proyectos orientados a que ningún niño en edad escolar deje de recibir la educación básica, para poder acabar con el analfabetismo.

Al enfocarse en el modelo tradicional, se puede decir que este influyó notablemente en los procesos de enseñanza y en los sistemas educativos. A pesar del paso del tiempo en la historia y el desarrollo social hacia otros tipos de organización, algunos conceptos del tradicionalismo pedagógico aún se utilizan en las prácticas educativas.

Flórez Ochoa (1998) sintetiza lo anterior, con las siguientes palabras: “El método básico de aprendizaje es el academicista, verbalista, que dicta sus clases bajo un régimen de disciplina a unos estudiantes que son básicamente receptores”.

La relación maestro- alumno puede ser calificada como autoritaria – vertical. El método tradicional se fundamenta en transmitir los valores de una cultura por medio del ejemplo. El aprendizaje es logrado mediante la memorización, la repetición y la ejercitación.

En la educación tradicional, el alumno no puede preguntar, hablar o aportar alguna idea, porque el maestro es el que sabe y enseña. En este tipo de educación el aprendizaje es aburrido, el alumno no se siente motivado ya que no existe una dinámica de creatividad.

Afortunadamente esta situación está cambiando de una forma alentadora la educación, aunque existen maestros muy tradicionalistas que no permiten la interacción con sus alumnos.

Existen otros métodos de enseñanza – aprendizaje como el constructivismo psicológico, de Piaget (Méndez, 2002), en donde el aprendizaje es fundamentalmente un asunto personal. El individuo es quien genera hipótesis, usando procesos inductivos y deductivos para entender el mundo poniendo a prueba sus conocimientos mediante su experiencia personal.

El constructivismo es una posición compartida por diferentes vertientes de investigación psicológica y educativa, y a pesar de que ninguno se autodenominó constructivista, sus ideas y propuestas claramente ilustran las ideas de esta corriente. Ahondaremos más profundamente en dos de estas vertientes.

2.4 El constructivismo: Piaget y Vygotsky

El término “constructivismo” se encuentra dentro de las vanguardias pedagógicas que retoma los planes y programas de educación como nuevo enfoque en las últimas décadas.

Es en primer lugar una epistemología, es decir, las ideas relacionadas con la adquisición del conocimiento; se puede decir que no existe una teoría constructivista, sino un conjunto de visiones psicológicas, educativas y socioculturales sobre el aprendizaje, y tiene sus bases en diversos autores y escuelas del pensamiento, como Jean Piaget y Lev Vygotski entre otros (Frawley, W. 1997).

Como se mencionó anteriormente, la teoría constructivista es una serie de aproximaciones que han sido adaptadas a diferentes materias como matemáticas, ciencias naturales, psicología educativa, antropología, historia, filosofía, informática, por nombrar algunas. El aprendizaje no es una simple transmisión y acumulación de conocimientos, sino un proceso activo por parte del alumno que interpreta y por lo tanto construye los conocimientos a partir de su propia experiencia e integrándola con la formación que recibe.

Algunas de estas visiones consideran que la adquisición del conocimiento es un proceso gradual que tiene lugar en la misma persona mientras otras contemplan su interacción social dentro del proceso cognitivo.

Pero, ¿ésta corriente nos lleva a un aprendizaje significativo? Se puede decir que esto depende de varios factores, como:

- El interés del alumno
- La motivación del maestro
- Los tipos de contenidos
- La atención al nivel de desarrollo

- El grado de participación en el aula
- El tipo de interacción entre alumnos y profesores

Uno de los puntos más importantes es la forma en que el profesor transmite los conocimientos; cuando un maestro motiva, invita a los alumnos a participar y dar sus opiniones, construyendo poco a poco juicios e hipótesis, que aunque estén equivocados, mejorará el proceso analítico y el contexto de aprendizaje colectivo en donde los alumnos se sentirán capaces de pensar y ser responsables de su propio aprendizaje.

Viéndolo objetivamente, cualquier estrategia del profesor será valiosa si motiva de una u otra forma el análisis de los alumnos sobre las operaciones mentales en diferentes puntos del aprendizaje. Lo más importante es que los alumnos se den cuenta de cómo aprenden algo de tal forma que el maestro utilice el lenguaje adecuado para ser suficientemente claro en la explicación de los conceptos.

El diálogo constante es de suma importancia para que los estudiantes se familiaricen con los procesos mentales, y los comentarios positivos fomentan la reflexión de los alumnos y los impulsan a hacer un mayor esfuerzo (Coll, 2000).

Jean Piaget nace en Neuchâtel, Suiza en 1896 y fallece en Ginebra en 1980. Se interesa desde muy joven por la biología, sus observaciones lo llevan a escribir a los 11 años un artículo “*Un gorrión albino*” y con la guía de un zoólogo, Paul Godet, profundiza sus investigaciones biológicas y se incorpora al Museo de su ciudad natal. En estas primeras investigaciones, Piaget se interesa por los procesos de adaptación de los organismos al medio. A lo largo de sus estudios, lee y escribe mucho sobre filosofía. Escribió numerosas notas en aquella época, que preanunciaban conceptos teóricos que desarrollará tiempo después. La preocupación de Piaget por los procesos de adaptación y la imposibilidad de encontrar respuestas con los instrumentos epistemológicos que posee, la biología y la filosofía, lo conduce hacia la psicología (Ferreiro, 1999).

Piaget parte de la convicción de que el conocimiento es una *construcción* continua y que la inteligencia es la capacidad de adaptación del organismo al medio. En sus numerosos trabajos va a describir y fundamentar los mecanismos que se ponen en juego en el proceso de adaptación.

La construcción teórica de Piaget supera a las explicaciones tradicionales sobre el origen del conocimiento. ¿Cuáles son estas explicaciones tradicionales? Las explicaciones idealistas y las empiristas, ya sea que pongan el acento en las condiciones aportadas por el sujeto cognoscente que posibilitan el conocimiento (ideas innatas, a priori), o en el objeto a conocer, es decir la impronta de los datos del objeto sobre el sujeto.

Piaget considera que los únicos elementos apriorísticos del sujeto consisten en esta posibilidad de organización y de adaptación. La adaptación es el proceso que regula la relación sujeto-medio. Los mecanismos que actúan en ese proceso son la asimilación y la acomodación.

El sujeto es concebido como una entidad organizada que acomoda sus esquemas a la realidad externa a medida que asimila la realidad a los esquemas. Las adquisiciones cognitivas van a ser el producto de la complejización del proceso adaptativo a lo largo del tiempo. La organización del espacio, de los objetos, del tiempo, no son dados desde el principio sino *construidos* en el curso del desarrollo.

Un aspecto interesante será señalar que Piaget da un importante giro en relación a las concepciones vigentes en la psicología evolutiva, pero su aporte teórico no se limita a ese campo, sino que intenta también explicar la “evolución” de las distintas ideas y conceptos de las diferentes ciencias a partir de las nociones que utilizó para dar cuenta del desarrollo del niño. Estas son: equilibración progresiva, egocentrismo, descentración y reversibilidad.

Por ejemplo, ve un egocentrismo y un fenomenismo esencial en el realismo ingenuo de los matemáticos griegos, “los números son propiedades del mundo, la geometría es el estudio del espacio real” (Piaget, 1972).

La historia ulterior de las matemáticas es vista por Piaget como una doble progresión hacia la construcción y la reflexión. Analiza cómo fueron creciendo los conocimientos matemáticos: de los números enteros positivos con el tiempo se les agregaron, los números negativos, las fracciones, los números irracionales, los números imaginarios, los números transfinitos.

Lev Semyonovich Vygotski nació el 5 de noviembre de 1896, en Orsha, capital de Bielorrusia. Accedió, en 1913, a la facultad de medicina de la Universidad de Moscú, tras superar numerosas barreras selectivas. Pero, acorde con la formación humanista que recibió en el bachillerato, cambió su matrícula a la Facultad de Derecho. En 1919 contrae tuberculosis, y eso marcará su vida ya que intuye que ésta será corta.

Su trabajo fue muy criticado en Rusia, incluso censurado ya que sus textos fueron considerados por las autoridades estalinistas como antimarxistas y antiproletarias. También recayó la censura sobre los textos que trataban de pedagogía y la ciencia del desarrollo del niño. En sus primeros años de actividad profesional, su trabajo intelectual se centró en la literatura y el arte. Posteriormente hizo una recopilación de sus escritos en un volumen titulado *Psicología del Arte*, que fue publicado después de su muerte.

En su teoría pedagógica, Vygotski rechaza los enfoques que reducen la psicología y el aprendizaje a una simple acumulación de reflejos entre estímulos y respuestas. Existen rasgos esencialmente humanos que no pueden reducirse a simples asociaciones, como la conciencia y el lenguaje, los cuales no pueden ser ajenos a la psicología (Moll, 1990).

A diferencia de otras posiciones, Vygotski no niega la importancia del aprendizaje asociativo, pero lo considera insuficiente. Él dice que el conocimiento no se pasa de uno a otro, sino que es algo que se construye por medio de operaciones y habilidades cognoscitivas que se inducen en la interacción social.

Señala que el desarrollo intelectual del individuo no puede entenderse como independiente del medio social en el que está inmersa la persona, y que las funciones psicológicas superiores inician en un plano social y después a nivel individual. Por origen y naturaleza el ser humano no puede existir ni experimentar su desarrollo de una manera aislada, ya que así no es un ser completo.

El análisis de Vygotski sobre las relaciones entre desarrollo y aprendizaje en lo relativo a la adquisición del lenguaje nos lleva a definir el primer modelo del desarrollo en estos términos: en un proceso natural de desarrollo, el aprendizaje se presenta como un medio que fortalece este proceso natural, pone a su disposición los instrumentos creados por la

cultura que amplían las posibilidades naturales del individuo y reestructuran sus funciones mentales.

Al analizar el papel que desempeña la cultura en el desarrollo individual, Vygotski expone ideas análogas. En el conjunto de las adquisiciones de la cultura, centra su análisis en aquellas que tienen por objeto controlar los procesos mentales y el comportamiento del hombre.

Se trata de los diferentes instrumentos y técnicas (incluso tecnologías) que el hombre asimila y orienta hacia sí mismo para influir en sus propias funciones mentales. Se crea así un sistema gigantesco de “estímulos artificiales y exteriores” mediante los cuales el hombre domina sus propios estados interiores.

Desde el punto de vista psicológico, el individuo tiene su prolongación, por un lado, en el otro y, por otro lado, en sus obras y en su cultura, que constituye según Marx su “cuerpo no orgánico”. Esta expresión es muy justa: la cultura forma parte integral del individuo y, no obstante, es exterior a él.

De todas las teorías pedagógicas, la de Vygotski es la que más importancia le da a la educación. Según dice, la educación no es algo exterior al desarrollo; la escuela es el lugar mismo de la psicología, siendo éste el lugar de los aprendizajes y el principio de las funciones psíquicas.

Gracias a esta teoría se pueden comprender mejor los fenómenos educativos y el papel que desempeñan en el desarrollo de las investigaciones pedagógicas, y de éste modo poder encontrar aplicaciones prácticas. “Es indudable que, en múltiples aspectos, Vygotsky se adelantó considerablemente a nuestra propia época”, afirma uno de sus mejores intérpretes (Rivière, 1984, p.120).

2.5 El taller de diseño en la práctica del aprendizaje

En el ámbito universitario se espera que el alumno se interese por el aprendizaje significativo, es decir, que sea a largo plazo. Una de las condiciones principales es que el

contenido de la asignatura tenga sentido para su experiencia, es decir, que las teorías aprendidas puedan llevarse a cabo en la práctica y puedan vincularlas a la vida diaria en el ámbito profesional.

En la enseñanza del diseño, la didáctica por resolución de problemas es un excelente medio para motivar al alumno a obtener aprendizajes significativos (Rivera, 2004, p. 29). Este tipo de enseñanza debe darle a los alumnos suficientes elementos para poder conceptualizar o definir qué tipo de problema se les está planteando.

De esta manera, ellos podrán reflexionar y llegar a las conclusiones ideales, que por medio de la teoría, puedan poner en práctica para solucionar los problemas que enfrentan. La solución de un problema requiere la comprensión de lo planteado; concebir un plan que lleve a la meta y ejecutarlo de tal forma para saber si se ha llegado a una solución.

Es importante recalcar que no es suficiente con que los alumnos tengan recursos cognitivos, sino que deben saberlos utilizar. Bien dice el dicho que la práctica hace al maestro, y es necesario practicar constantemente para llegar a dominar el conocimiento.

La habilidad para resolver problemas está relacionada con el ámbito disciplinario, lo que significa comprender lo difícil que es llevar al alumno a entender el lenguaje, que posea los conocimientos necesarios y pueda poner en práctica un plan estratégico analizando los medios, los fines, las reglas, etc.

La solución a los problemas de diseño depende del conocimiento particular que se tenga sobre los problemas de diseño y no sobre los problemas en general (Rivera, p.34). Estos problemas son indeterminados, no tienen una formulación única y definitiva; las soluciones no son verdaderas o falsas sino buenas o malas, y cada problema indeterminado, es único (Buchanan, 1995, pp. 3-20). Y el alumno debe desarrollar las habilidades necesarias para resolver ese tipo particular de problemas.

Dentro del taller de diseño entran múltiples metodologías para poder llegar a la solución de problemas específicos; debe ser un espacio en donde el alumno explore sus propias inquietudes de diversas maneras, y de esa forma se acerque, por medio de la práctica, a los procesos básicos de la actividad profesional. Él debe aprender a encontrar el mejor recurso que le ayude a resolver cualquier situación de diseño que se le presente.

Una de las principales características del taller de diseño, es la interacción que se genera entre los integrantes del mismo: alumnos y docentes. Esta interacción genera la participación y la construcción del conocimiento por medio de la reflexión y la práctica. Fomenta la creatividad, y da paso a que los alumnos trabajen sistemáticamente y de una forma colaborativa. Es importante destacar que en el taller de diseño, al analizar problemas reales, por medio de dinámicas de grupo y exteriorizando las opiniones personales para la solución gráfica a los problemas expuestos, y trabajando en conjunto de una manera objetiva, se elimina en cierto modo la brecha generacional que existe entre el docente y los alumnos, ya que si tecnológicamente este problema es innegable, al tratar de encontrar una respuesta por medio del intercambio de ideas, la comunicación se torna interactiva.

No podemos deslindar a nuestros alumnos de su propio contexto de vida. Debemos orientarlos de una manera para que utilicen sus conocimientos dentro de las problemáticas actuales, y para eso el taller de diseño es una herramienta fundamental. Los recursos tecnológicos existen únicamente como instrumentos de los que nos valemos para optimizar los procesos, pero los contenidos y las soluciones se encuentran en las ideas que salen de nuestros alumnos como seres pensantes.

Tomemos el caso de la retórica, como apoyo dentro de la metodología utilizada dentro del taller de diseño. Aristóteles decía que la retórica era “la facultad de teorizar lo que es adecuado en cada caso para convencer”. Desde este planteamiento, la argumentación retórica tiene como fin llamar la atención y conseguir que el público se interese en el discurso. La retórica ayuda al diseñador a formular sus estrategias de diseño y solucionar problemas (2001).

El lenguaje es la forma primordial de comunicación, y de esa forma la retórica se vincula al diseño. Inconscientemente, el diseñador utiliza metáforas para explicar las cosas que quiere transmitir. Se vale de códigos, ya sea icónicos o lingüísticos, símbolos, signos y otros recursos para poder transmitir mensajes específicos de una manera contundente. De igual forma, en toda la comunicación impresa como libros, revistas, periódicos, playeras, empaques, etc., se utiliza.

La retórica puede aportar a la comunicación visual un método de creación. De hecho, las ideas más originales aparecen como transposiciones de figuras retóricas. El proceso

creativo se facilita y se enriquece si los diseñadores toman plena conciencia de un sistema que utilizan de modo intuitivo.

El objetivo de potenciar al mensaje consiste en que el receptor tomará frente al mismo una posición activa, de compromiso ideológico y podrá incluso llegar a modificar hábitos en su conducta. La función de la retórica es esencialmente la persuasión, y de manera más impactante, apela sobre las emociones del destinatario.

Es importante aquí enfatizar que la responsabilidad social de cualquier alumno debe entrar dentro de la ética que nosotros como formadores les transmitimos. Toda frase persuasiva, todo mensaje que enviamos, va cargado de una intención, y es ahí donde nuestros nuevos diseñadores deberán formarse con valores, para tratar al cliente de una manera deferente, ofreciéndole soluciones comunicativas que expresen mensajes claros, contundentes y verdaderos, que manifiesten tolerancia y respeto, y no sean parte de la violencia visual.

2.7 La importancia de la lectura

Empecemos por definir lo que es la lectura. Puede definirse “ Como un proceso interactivo de comunicación en el que se establece una relación entre el texto y el lector, quién al procesarlo como lenguaje e interiorizarlo, construye su propio significado. En este ámbito, la lectura se constituye en un proceso constructivo al reconocerse que el significado no es una propiedad del texto, sino que el lector lo construye mediante un proceso de transacción flexible en el que conforme va leyendo, le va otorgando sentido particular al texto según sus conocimientos y experiencias en un determinado contexto (Gómez Palacios, 1996, pp.19-20).”

Existen muchas definiciones en donde se catalogan los tipos de textos, las edades de los lectores y otros factores importantes, que dependen de circunstancias especiales en este ámbito. Pero, como nos apunta Daniel Cassany, todavía hoy muchas personas creen que leer consiste en oralizar la grafía, en devolver la voz a la letra callada. Se trata de una concepción medieval, que ya hace mucho que la ciencia desechó. Es una visión mecánica, que pone el acento en la capacidad de descodificar la prosa de modo literal. Sin duda deja en un segundo plano a la comprensión –que es lo importante (2006).

Más moderna y científica es la visión de que leer es comprender. Para comprender es necesario desarrollar varias destrezas mentales o procesos cognitivos: anticipar lo que dirá un escrito, aportar nuestros conocimientos previos, hacer hipótesis y verificarlas elaborando inferencias para comprender lo que solo se sugiere, construir un significado, etc. Llamamos alfabetización funcional a este conjunto de destrezas, a la capacidad de comprender el significado de un texto. Y denominamos analfabeto funcional a quien no puede comprender la prosa, aunque pueda oralizarla en voz alta (Cassany, 2006, pp.21-22)

El acto de leer se convierte en una capacidad compleja y superior que es exclusiva del ser humano, en la que se comprometen todas sus facultades simultáneamente y que comporta una serie de procesos biológicos, psicológicos, afectivos y sociales que lo llevan a establecer una relación de significado particular con lo leído, y de este modo, esta interacción lo lleva a una nueva adquisición cognoscitiva (Arenzana y García, 1995, p.17).

En este punto conviene hacer un alto en el camino para explicar el concepto de legibilidad y de su derivación: la lecturabilidad o comprensibilidad. La legibilidad es la facilidad de lectura de un texto relacionada con aspectos formales y gráficos (tipo de letra, tamaño, espaciado entre ellas, interlineado, longitud de la línea, clase de papel, tinta de impresión, etc.) y aspectos somáticos (agudeza visual, capacidad de visión según las edades, etc.).

La lecturabilidad es la facilidad de comprensión e interpretación de un texto relacionada con el estilo y el argumento. Se refiere a factores personales de índole espiritual (nivel cultural e intelectual, personalidad, actitud, etc.) y está en función de las características estructurales y de contenido de la publicación: interés humano, dificultad, diversidad, densidad, longitud de las frases, elección de las palabras... (Martínez de Sousa, 2001).

No debemos confundir pues legibilidad y lecturabilidad. La primera se refiere a la forma, a la presentación gráfica, y la segunda, al fondo, o sea, su contenido. Un texto puede ser muy legible (por su claridad de lectura debida a la percepción de palabras y frases) y poco lecturable (porque es difícil de comprender, entender e interpretar). Y a la inversa: una carta de un amigo puede ser lecturable porque se utilizan los mismos vocablos, se escribe de manera coloquial, pero poco legible si éste tiene "letra de médico".

Existen datos estadísticos referenciales en nuestro país, en el ámbito educativo, sobre la problemática de la falta de lectores activos lo cual afecta de una manera importante el desarrollo y calidad de vida de los mexicanos, y por consiguiente su nivel de cultura y educación.

En la pasada administración del Presidente Vicente Fox, había 32 millones de jóvenes y adultos que no sabían leer ni escribir, y cuyos niveles de estudio habían sido mínimos. De esa forma podríamos concluir que quienes tenían posibilidades de leer y escribir se comportan como analfabetos funcionales.

En un artículo publicado en Internet por Marcos Miranda Gil, del año 2000, nos apunta que al analizar esta situación, el gobierno mexicano ha externado que: la indiferencia de los mexicanos ante la lectura de calidad mantiene al país inmerso en una progresiva catástrofe silenciosa, que de acuerdo a las últimas cifras difundidas por la UNESCO, México ocupa el penúltimo lugar en hábitos de lectura en una lista conformada por 108 naciones del mundo, con un promedio de lectura de 2.8 libros anuales por habitante, cifra muy alejada de los 25 volúmenes recomendados por este organismo internacional, y del promedio de lectura de la sociedad Japonesa, Noruega, Finlandesa y Canadiense que ocupan los primeros lugares a nivel mundial con 47 títulos per cápita.

Según investigaciones actuales, la cantidad de poblaciones con educación básica ha crecido considerablemente, aumentando el promedio de escolaridad, sin embargo la mayoría de los mexicanos no tienen como costumbre la afición por la lectura, y eso hace que sea evidente nuestro atraso cultural como país.

Por lo tanto, nuestros estudiantes, al carecer de esas capacidades lectoras no se benefician suficientemente de las oportunidades educativas y no están adquiriendo los conocimientos y habilidades necesarias para tener éxito y competitividad en su desarrollo profesional. Por consiguiente su nivel para analizar, razonar y comunicar sus propias ideas no será de la misma calidad, en este mundo globalizado, que su competencia a nivel internacional, o en un ámbito donde el fomento a la lectura ha sido prioritario.

En lo referente a la educación superior en México, el problema de los universitarios no lectores se hace evidente también. Según un estudio realizado por La Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES, mayo de 2000), con el

objeto de conocer quiénes son y qué hacen los estudiantes durante su carrera universitaria, tanto dentro como fuera de la institución, se estudió a cerca de 10 mil estudiantes de diversas instituciones de educación superior del país, y se llegó a las siguientes conclusiones:

- Un 48.4% de los universitarios mexicanos dedica entre una y cinco horas a la semana a la lectura de textos escolares y un 21.7% más dedica entre cinco y diez horas semanales a esta misma actividad.
- Otro indicador importante de este estudio revela que para poder satisfacer sus necesidades de información y lectura, el 50.6% de los estudiantes universitarios asiste a las bibliotecas de sus escuelas o facultades y raramente visitan otras bibliotecas fuera de su campus universitario.
- Un fenómeno que sin duda esta presente en la comunidad universitaria de México es el hecho de que este estudio reveló que el 86.3% de los estudiantes universitarios de nuestro país sacan fotocopias para cumplir con la obligación de leer y hacer sus tareas e investigaciones académicas, mientras el 40.7% declaró que utilizan frecuentemente Internet para satisfacer sus necesidades de información.
- En lo que respecta a la compra de libros y revistas especializadas, el estudio de la ANUIES establece que un 11% de estudiantes universitarios compra estos materiales bibliográficos frecuentemente y un 46.4% reconoció que casi nunca adquieren libros y revistas para sus estudios. Estos datos señalan categóricamente que los estudiantes universitarios mexicanos no son afectos a la compra de libros y revistas para coadyuvar a su óptimo desarrollo académico.
- En relación al tipo de materiales elaborados como producto de sus lecturas, el 83.6% de los universitarios reconoció que les sirvió para elaborar resúmenes, un 21.5% señaló que gracias a la lectura les era posible elaborar fichas de trabajo, y un 34% manifestó que la lectura les facilitó la elaboración de esquemas de trabajo. Estos datos nos demuestran que la lectura de libros y revistas especializadas

constituye una práctica necesaria para que los estudiantes preparen sus clases y realicen sus trabajos escolares de manera óptima, lo que sin duda permite distinguir a los lectores universitarios más asiduos por su disposición, mejor vocabulario, más acervo informativo y por una gran habilidad y capacidad de síntesis, reflexión y análisis.

- Otro elemento importante que nos proporcionó esta investigación de la ANUIES, es el hecho de que una gran mayoría de los estudiantes universitarios mexicanos carecen de habilidades y motivaciones para leer y realizar trabajos en grupo. De acuerdo a estos resultados solamente un 13.5% manifestó que con frecuencia leían y hacían trabajos en equipo, mientras que un 78% externó que nunca han leído en grupo para hacer sus trabajos académicos posteriormente.
- En cuanto a su participación en clase como consecuencia de sus lecturas previas, el 54,2 % de los universitarios mexicanos respondieron que casi siempre les fue de utilidad para exponer en clase, un 50.6% señaló que la lectura les proporcionó elementos suficientes para participar casi siempre en clase y un 46.3% señaló que la lectura les brindó la confianza para preguntar en clase a fin de enriquecer sus conocimientos y de poder discutir con regularidad los puntos de vista de sus profesores. Como se puede apreciar de estos porcentajes, un 50% en promedio de los estudiantes universitarios consideraron que la lectura les brindó un apoyo importante para estar activos y participar en sus clases cotidianamente.
- Otro indicador importante que nos reveló este estudio de la ANUIES sobre el hacer de los estudiantes universitarios, es el hecho de que un 29.3% no cuenta con enciclopedias en su casa y otro 38.7% reconoció que carecían de libros especializados para realizar sus lecturas y tareas académicas en sus hogares. Estos datos ponen de manifiesto de manera objetiva que en una gran mayoría de los hogares mexicanos, por diversas circunstancias, se carece de una cultura en favor de la lectura en el contexto familiar.
- Estos datos difundidos por la ANUIES nos muestran claramente la problemática de la lectura que presentan hoy en día miles de estudiantes universitarios

matriculados en las diversas Instituciones de Educación Superior de nuestro país, derivada principalmente de la falta de hábitos, por la poca motivación que reciben de sus maestros y del nulo interés de sus “Alma Mater” por fortalecerles a través de programas permanentes de fomento a la lectura, el desarrollo de sus capacidades lectoras en el entendido de que los paradigmas vigentes en el contexto mundial, exigen de los nuevos modelos de formación superior universitaria del desarrollo de nuevas características en el perfil profesional de sus egresados en los umbrales del siglo XXI en el contexto de la sociedad del conocimiento.

Podemos aquí hacer una pausa y darnos cuenta de la falta de interés de nuestros universitarios por la lectura, ya sea por una u otra razón, a los jóvenes no les interesa acercarse a los libros por placer, por gusto, creen que es una pérdida de tiempo, y en algunas preguntas que les he hecho, la mayoría dicen que no tienen tiempo, o que no leen porque “les da sueño”.

Siendo yo una ávida lectora, he tenido la oportunidad de platicar con alumnos sobre el tema y recomendarles lecturas que sé que por sus gustos personales les pueden atraer. Me he llevado la agradable sorpresa de que a la mayoría de estos alumnos, los ha “atrapado” el libro, dando seguimiento al proceso de interés por la lectura. Me doy cuenta que muchos de los no lectores no lo hacen porque nadie se ha tomado el tiempo de acercarlos al hábito de la lectura, y creo que con paciencia y detenimiento, al platicar con ellos y recomendarles lecturas según sus gustos, podemos acercarlos a este maravilloso mundo.

¿Cómo va a poder competir un comunicador no lector, con uno que si lee? El bagaje cultural que uno adquiere a través de las lecturas es inmenso, las perspectivas se amplían de una manera asombrosa, y la sintaxis y redacción mejoran notablemente, sin mencionar otro punto importantísimo que es la creatividad. Al abrir los horizontes de la imaginación, se ejercita el cerebro dando paso a la creación y el descubrimiento de nuevas ideas.

Pero, podríamos preguntarnos, ¿qué es un lector auténtico?, ¿cómo lo podemos definir? La definición de Felipe Garrido (sf, p.10) a tal cuestionamiento es la siguiente: es alguien

que lee por voluntad propia, porque sabe que leyendo puede encontrar respuestas a sus necesidades de información, de capacitación, de formación, y también por el puro gusto, por el puro placer de leer.

Este tipo de personas ha descubierto en la lectura una forma de esparcimiento, de conocimiento y aprendizaje.

México posee uno de los sistemas educativos más grandes del mundo. Son aproximadamente 31 millones de estudiantes en los diferentes niveles, lo cual da a nuestro país un enorme potencial en cuanto a su desarrollo y progreso social y cultural. Desgraciadamente esa cantidad de gente en supuesta superación, no abarca en la más mínima parte un número de lectores habituales. En pocas palabras, somos una nación que no lee.

La mayoría de la población universitaria, ya sea estudiantes o profesores, se limitan a consultar sus libros de texto, su lectura es por obligación, no han adquirido el hábito y placer de la lectura. Por lo tanto no comprenden que la lectura es una fuente de conocimiento y que abre nuevos horizontes.

Con Internet, leer adquiere nuevas prácticas y estrategias: el horizonte cuadrado de la hoja blanca se convierte en una imagen policromada y versátil en la pantalla, la simple redacción manuscrita se sofisticada y automatiza con los programas informáticos, el lector local y restringido del papel se multiplica y diversifica en la red. La literacidad está ampliando sus usos e incluso está modificando su naturaleza. (Cassany, 2006, p. 173).

El profesor de la Universidad de Yale Harold Bloom (2000, p.13) aconseja limpiar la mente de tópicos, olvidarse de lugares comunes o clichés; en segundo lugar, recomienda: No trates de mejorar a tu vecino ni a tu ciudad con lo que lees ni por el modo en que lo lees. El fortalecimiento de la propia personalidad – explica- ya es un proyecto bastante considerable para la mente y el espíritu de cada uno: no hay una ética de la lectura.

Como conclusión debemos tener en cuenta que el ser lector aumenta la capacidad de aprendizaje, mejora el lenguaje, ayuda a ejercitar la memoria, refina la sensibilidad e incrementa la creatividad. Sí, se dice que el fomento a la lectura debe iniciarse desde la edad preescolar, que los padres deben predicar con el ejemplo y sólo de esa forma se crearán jóvenes lectores.

Pero no todo está perdido. Como docentes debemos tener la esperanza de fomentar a nuestros alumnos el amor a los libros, una forma de aprender y conocer diferentes culturas, países y puntos de vista. Es nuestra tarea, y seguramente nosotros también saldremos beneficiados.

En este capítulo donde abordamos brevemente la historia de la educación, podemos constatar que hemos recorrido un largo camino y hemos evolucionado hasta llegar a lo que conocemos como el aprendizaje significativo y el constructivismo. Pero también podemos darnos cuenta, que algunas de las más antiguas disciplinas son las que siguen funcionando como parte importantísima de la educación.

La retórica, por ejemplo, disciplina que tiene su origen en la Grecia clásica, donde se entendía, en palabras de los tratadistas clásicos, como la técnica de expresarse de manera adecuada para lograr la persuasión del destinatario. La retórica se configura como un sistema de reglas y recursos que actúan en distintos niveles en la construcción de un discurso. Tales elementos están estrechamente relacionados entre sí y todos ellos repercuten en los distintos ámbitos discursivos (Aristóteles, 1995).

La retórica es una parte fundamental en la construcción de mensajes, y en la argumentación de los mismos. No podemos concebir la enseñanza del diseño, sin esta disciplina. De igual manera debemos considerar como punto medular de nuestra profesión el taller de diseño, la teoría del diseño, y por supuesto, como complemento imprescindible, la lectura.

El capítulo siguiente, nos llevará por un recorrido desde los primeros indicios de la comunicación visual, la disciplina del diseño gráfico antes de su profesionalización, y la primera escuela de diseño gráfico formalizada en Alemania a principios del siglo XX, no sin antes conocer el origen de la escritura y los primeros libros, de una manera más detallada, así como la difusión de la cultura a partir del redescubrimiento de la imprenta en el siglo XV.

De igual forma esto nos guiará en el proceso de comparación entre arte y diseño, algo que ha sido tan controversial desde el inicio de nuestra profesión, comprendiendo cuáles son sus diferencias y las opiniones de los expertos.

Capítulo 3

El origen del diseño gráfico

Introducción

¿Cómo decide el hombre transmitir y plasmar de manera gráfica sus conocimientos y aprendizajes? Este capítulo plantea la necesidad que ha existido en el ser humano de comunicarse, desde que es homo sapiens, y trascender así a las futuras generaciones.

Es muy interesante ver la forma en que él mismo, poco a poco y con instrumentos rudimentarios, aprendió a comunicarse de manera gráfica con sus semejantes, desde los primeros indicios del hombre de querer transmitir sus conocimientos ya fuera para ilustrar a las futuras generaciones o para dejar un registro de su modo de vida en épocas específicas.

Y esos vestigios que han llegado a nosotros después de miles de años, nos asombran y nos hacen ver que la creatividad y tenacidad son características que desde siempre han acompañado al hombre a lo largo de su historia.

3.1 Primeros indicios de comunicación visual

A ciencia cierta, no se sabe cuándo o dónde surgió la necesidad del hombre de comunicarse de una manera gráfica con sus semejantes. Se cree que en un principio él sintió curiosidad al ver que sus huellas quedaban plasmadas en la arena, y se piensa que de esa forma inició su preocupación por indagar y tratar de buscar la manera de que esas huellas que desaparecían con el agua, quedaran grabadas de manera permanente.

Pero, registros arqueológicos que datan de hace 35 000 años nos muestran pinturas halladas en cuevas realizadas en colores obtenidos de la naturaleza, como el negro, del carbón y diferentes tonos ocres sacados de la tierra.

Las imágenes nos muestran animales que se dibujaron en las paredes y techos de las cuevas que los hombres y mujeres utilizaban como refugio. Se cree que estos dibujos no tuvieron un fin artístico, sino que fueron utilizados como medio de comunicación visual con propósitos utilitarios y rituales.

Siguiendo el desarrollo de los signos se puede comprobar que su configuración en el pasado ha experimentado diversas alteraciones, estilizaciones y simplificaciones, sobre todo en la forma de expresión y el procedimiento que se han utilizado a través de los siglos y en distintas zonas geográficas.

Se puede decir que esto ha sido condicionado por la utilización de los diferentes materiales e instrumentos con lo que les fue posible registrar y conservar la información que querían transmitir, algo que por supuesto tuvo mucho que ver con la evolución de los signos plasmados.

Las primeras manifestaciones gráficas realizadas por el hombre, fueron hechas mediante el grabado burdo en piedra y madera. Esta impresión hacía posible que el signo no fuera únicamente leído, sino percibido al tacto debido a los relieves y hendiduras en los diferentes materiales utilizados.

El dibujo realizado en la superficie, puramente bidimensional, o la pintura creada en bases ligeras como pieles, hojas etc., aumentó las posibilidades de expresión así como la rapidez del proceso. Éste fue uno de los principales factores decisivos en la comunicación.

Los primeros instrumentos de escritura empleados eran extremadamente simples: dedos y palmas de las manos eran mojados en pigmentos naturales hechos a base de grasa animal. Poco a poco, el hombre empezó a crear diversos instrumentos ya desarrollados creativamente utilizando los materiales que le eran familiares, como las ramas y tallos. Entre otros ya de forma más sofisticada se encuentran el pincel, creado con pelos de animales, la pluma hueca, la cual podía ser elaborada con carrizos huecos de diferentes plantas, los cuales subsecuentemente fueron sustituidos por las plumas de aves. Y mientras sólo se puede especular acerca del uso de las primeras herramientas, se sabe que éstas marcan un gran paso de la especie humana en el inmenso camino recorrido desde los orígenes primitivos hasta un estado civilizado (Meggs, 2000, p.4).

Signos geométricos abstractos, incluyendo puntos, cuadrados y otras figuras están entremezclados con los de animales en varias pinturas en las cuevas. Las marcas, símbolos, imágenes o letras dibujadas o escritas sobre una superficie o sustrato se convirtieron en la contraparte gráfica de la palabra hablada o del pensamiento no hablado.

No se sabe si eso fue quizá un inicio muy elemental de la escritura, pero con el paso del tiempo las figuras se volvieron más abstractas y se redujeron al punto en que parecían letras.

Tres importantes factores han influido la expresión escrita a través del tiempo:

1. Los diferentes tipos de instrumentos elaborados para tal fin.
2. Los materiales disponibles.
3. El plazo del tiempo en que algo fue escrito o dibujado.

3.2 La cuna de la civilización: la escritura

La escritura, ese elaborado instrumento del pensamiento humano, es “el discurso visible”, es la representación gráfica del lenguaje. Sólo se puede hablar de un sistema completo de escritura cuando ésta integra el vehículo a través del cual las formas de un idioma se registran permanentemente (Romero, 2003, p.19).

Originados durante la Edad del Hielo, a nosotros ha llegado el conocimiento de trazos rasgados, esculpidos en piedra o pintados en paredes rocosas los cuales son considerados por muchos como precursores de nuestra escritura.

Antes de la escritura, existió el lenguaje oral, sistema de entendimiento para interactuar con los semejantes, cuyo desarrollo durante millones de años consistía en un principio únicamente de sonidos que servían para comunicar algo.

En un período mas cercano a nosotros, el hombre de la edad de piedra trató de reconocer y conceptualizar sus límites temporales y de espacio. La forma de querer plasmar ese pensamiento rudimentario en algo tangible y esa expresión complementaria que caracteriza al hombre pensante y lo distingue del resto de los seres vivos, gradualmente fue convirtiéndose en formas más complejas que con el paso de mucho tiempo transformaron esas imágenes en la escritura, que fijaba de tal manera lo pensado y lo hablado y representaba una y otra vez sin limitación temporal, gracias a la lectura, lo que se quería registrar.

La historia deja de ser prehistoria en el momento en que los hechos pudieron ser registrados con signos que podían ser leídos, lo cual se considera como el inicio de la

escritura, ya que esos signos se encuentran en relación directa con sílabas, palabras o conceptos vocalmente expresados.

Una de las etapas más importantes en el desarrollo y la fijación de la lengua representa el empleo del signo figurativo para reproducir un *fonema*² y no únicamente para establecer un concepto. El *pictograma*³ pasa al *ideograma*⁴ y con el tiempo se convierte en *fonograma*⁵, no sólo en el sentido de lo escrito, sino su expresión verbal quedó fijada para siempre “por escrito” (Frutiger, 2000, p.83).

Al principio, todas las escrituras como la cuneiforme y los jeroglíficos egipcios, fueron ideográficas, es decir, que basaban sus signos en ideas o conceptos, lo cual las hacía muy difíciles de interpretar.

Actualmente, todas las escrituras existentes pueden ser divididas en dos categorías distintas:

1. Escrituras figurativas (ideográficas).- son las que a pesar del paso del tiempo no han experimentado cambios drásticos en su esencia, dado que sus signos, aunque muy estilizados, permanecen en estado de imagen. Ejemplos de este tipo de escritura son la escritura china, la japonesa, la coreana, las cuales se basan en caracteres ideográficos haciendo de éstas las más complejas de aprender.
2. Escrituras alfabéticas (fonéticas).- aquellas cuyos signos primigenios se han transformado con el paso del tiempo en un carácter puramente fonético, de tal modo que su trazo se ha abstraído a una máxima simplificación y los signos representan únicamente sonidos (Frutiger, 2000, p.80).

3.2.1 La escritura cuneiforme

La primera escritura de nuestra historia se sitúa en el Oriente Medio hacia el año 5000 antes de nuestra era, con los llamados pictogramas los cuales representaban objetos, datos y acciones. Se considera el primer escrito en el momento que decidieron “alinearse”

² Fonema: es la unidad mínima de una lengua que la distingue de las otras haciéndola única.

³ Pictograma: figura o símbolo que asume el significado del objeto representado.

⁴ Ideograma: son ideas o conceptos representados gráficamente

⁵ Fonograma: sonido representado por una letra.

los signos en sucesión horizontal o vertical, con el propósito de seguir una secuencia similar al pensamiento lineal (Ambrose-Harris, 2007, p. 14).

Los primeros registros de escritura son las tablillas de la ciudad de Uruk, en Mesopotamia. En éstas, aparentemente se enlistaron en columnas ordenadas mediante dibujos pictográficos, mercancías acompañadas por números y nombres de personas. La abundancia de arcilla en Sumeria hizo de éste el material lógico para la anotación de registros (Meggs, 2000, p.6).

Este sistema de escritura, conocido como cuneiforme, evolucionó con el transcurso de los siglos. Se trata de signos figurativos grabados en arcilla con un instrumento en forma de cuña (de ahí que se deriva su nombre), donde predomina la línea recta.

Con el tiempo, el instrumento que se utilizaba en la realización de la escritura cuneiforme fue reemplazado gradualmente a un simple raspado, para hacerla más rápida en su ejecución. Esta característica nos ofrece un ejemplo típico de cómo la forma no sólo obedece a una idea del espíritu sino que depende directamente del material disponible para su realización.

Los signos cuneiformes siguieron variando a lo largo de los tres mil años antes de nuestra era, de su desarrollo. Se simplificaron y se acomodaron a las lenguas de los pueblos vecinos. Aún así, este sistema fue muy difícil de dominar, a pesar de que con el tiempo, los asirios lo simplificaron a 560 signos.

Con el paso del tiempo, alrededor del año 3100 aC., varias invenciones de los sumerios llegaron a Egipto, incluyendo el sello cilíndrico, el cual se cree que fue la primera manifestación tangible para registrar mercancías y productos comerciales, la arquitectura de ladrillo, los motivos de diseño decorativo y los fundamentos de la escritura.

3.2.2 Jeroglíficos egipcios

A diferencia de los sumerios, los egipcios conservaron su sistema de escritura-dibujo llamada jeroglífica (del griego “tallado sagrado”, después del egipcio “palabras de dios”), por casi tres y medio milenios. Cada pictograma representa un objeto, como un animal, una persona o una cosa, en lugar de un sonido vocal. Fueron desarrollados para consignar las posesiones del faraón (Ambrose-Harris, 2007, p. 15).

Durante casi quince siglos, se admiraron en el mundo con gran fascinación los jeroglíficos egipcios sin comprender su significado. Los sacerdotes en esa época guardaron con tanto celo su representación, que los estudiantes griegos y romanos creyeron que eran sólo símbolos mágicos para ritos sagrados.

Fue hasta el siglo XVIII, que las tropas de Napoleón al cavar unos cimientos para ampliar la fuerte ciudad egipcia de Rosetta, encontraron una loza negra con una inscripción en dos idiomas y tres escrituras: jeroglíficos egipcios, escritura egipcia demótica, y escritura griega.

Esta piedra fue la clave para descifrar el significado de los jeroglíficos, gracias a Jean François Champollion (1790- 1832) quién se dio cuenta de que algunos signos eran alfabéticos, otros silábicos y algunos determinativos (se utilizaban para interpretar los glifos anteriores). Al darse cuenta que los jeroglíficos funcionaban a veces como fonogramas y no como simples pictogramas, él pudo descifrar el sonido de los nombres de Ptolomeo y Cleopatra. Este proceso sucedió en el año 1822 (Meggs, 2000, p.10).

Cuando los escribas egipcios se encontraban con palabras difíciles de expresar en forma gráfica, es posible que idearan un acertijo, en el que usaron representaciones de los sonidos para escribir la palabra deseada. Al mismo tiempo designaron un símbolo pictórico para cada sonido de consonante y la combinación de consonantes a su lenguaje.

Aunque nunca desarrollaron signos para relacionar los sonidos, sí formaron un esquema de cada palabra mediante la combinación de varios glifos. Con el tiempo, este sistema eficiente de escritura tenía alrededor de 700 jeroglíficos.

Los antiguos egipcios tenían un excelente sentido del diseño, y fueron maestros en la decoración de sus templos, palacios y tumbas. Los jeroglíficos se tallaban en piedras y casi siempre se les aplicaba color. Todas sus pertenencias eran marcadas con jeroglíficos con fines tanto decorativos como de identidad.

Los primeros libros desarrollados por los egipcios fueron los papiros, manuscritos ilustrados, los cuales fueron un importante adelanto en la comunicación escrita. Ellos combinaban dibujos y palabras para transmitir información.

El libro de los muertos ocupó la tercera fase en la evolución de los textos funerarios, en el Despertar del Nuevo Imperio, se heredó este uso. Originalmente era utilizado únicamente por el faraón y miembros de la nobleza, pero con el tiempo, al ser un escrito de suma importancia en la transición al más allá, los ciudadanos con medios económicos modestos podían proporcionarse sencillos papiros que los acompañaban en su último viaje.

El libro de los muertos fue escrito en primera persona y suponía como narrador al muerto: el libro era colocado en la tumba ya que era una ayuda para enfrentar los peligros del inframundo. El muerto podía morar en los campos de paz, ascender a los cielos y vivir como una estrella junto al dios Ra, o ayudar a Osiris a gobernar el inframundo.

Se desarrolló un formato de diseño para los papiros egipcios ilustrados, que consistía en una o dos bandas horizontales generalmente coloreadas, que corrían de arriba abajo en el manuscrito. Se escribía en columnas verticales separadas por rayas de derecha a izquierda; las imágenes se insertaban a un lado del texto ilustrado.

Algunas veces se dividía la hoja en zonas rectangulares con la finalidad de separar el texto de las imágenes. La integración funcional de texto e imagen es estéticamente agradable, ya que la textura densa de los jeroglíficos dibujados a pincel producía un contraste elegante con las ilustraciones en espacios abiertos y los planos de color.

Los murales y papiros utilizaron una coherencia gráfica en su diseño. Los hombres están dibujados de un color más oscuro que las mujeres, y las personas importantes de mayor tamaño que las menos importantes. El cuerpo humano se dibujó como un esquema bidimensional, de frente, con los brazos, las piernas y la cabeza de perfil. El ojo estilizado indicaba simultáneamente tanto una imagen frontal como de perfil. Aunque eran imágenes planas, estaban sumamente detalladas.

La majestuosa cultura egipcia sobrevivió más de tres mil años. Los jeroglíficos, los papiros y los manuscritos iluminados constituyen su importantísimo legado a la comunicación visual. Estas innovaciones fueron el inicio para el desarrollo del alfabeto y de la comunicación gráfica en el mundo grecorromano (Meggs, 2000, p.16).

3.2.3 La contribución asiática

La historia de la escritura no sería la misma si no hubiera existido el genio creativo e inventivo de los chinos. A ellos se les debe la gran contribución de instrumentos tan básicos como la tinta, el papel, la caligrafía, por mencionar sólo algunos. A pesar de que ellos fueron los precursores en el descubrimiento de la imprenta, la gran cantidad de signos ideográficos utilizados en su escritura no hicieron viable este invento, y por eso sus escritos más antiguos fueron realizados en caligrafía, hoy en día un gran arte que sigue vigente, y es considerado una tradición.

Los registros históricos de las dinastías chinas, mencionan que en el año 105 d.C., bajo los mandos del emperador Ho, un alto oficial de su gobierno inventó el papel, perfeccionó un invento anterior o patrocinó su invención.

En épocas anteriores a este gran invento, los chinos escribían sobre planchas de bambú o tiras de madera, utilizando una pluma de bambú mojada en una tinta espesa y durable, aunque los orígenes de su escritura son inciertos (Meggs, 2000, p.20).

Para fabricar la tinta recolectaban hollín de las lámparas en una plancha con forma de domo que se colocaba sobre una vasija llena de aceite. El hollín recolectado se mezclaba con una solución de goma, y usando un mortero y una trituradora se moldeaba esta masa en forma de barras o cubos. Para escribir, la tinta se diluía frotando la barra o cubo sobre una piedra de entintar y ese polvo se mezclaba con agua.

En un principio utilizaron seda como sustrato para sus escritos, pero el material era sumamente costoso. El proceso de la fabricación de papel continuó casi sin cambio hasta que en el siglo XIX en Inglaterra se mecanizó su producción. En un tanque de agua se remojaban fibras naturales, redes de pescar de cáñamo, así como retazos de tela, y se convertían en pulpa, machacándolas con mortero. Después se sumergía dentro de la solución de pulpa, un molde con fondo de bastidor, y tomando la cantidad suficiente para producir una hoja de papel, se sacaba cuidadosamente el molde del tanque sacudiéndolo con rapidez a fin de cruzar y enredar las fibras mientras drenaba el agua por el fondo del molde.

Para finalizar se sacaba el papel y se comprimía contra una tela de lana, a la cual se adhería mientras se secaba y el molde quedaba listo para volverse a usar. Las hojas

comprimidas se apilaban, planchaban y se colgaban hasta secar. El principal adelanto de este proceso fue el uso de almidón o gelatina para endurecer y fortalecer el papel y aumentar así su capacidad de absorber la tinta.

La imprenta es, después de la escritura, el más grande de los descubrimientos en la historia de la humanidad, y fue inventada por los chinos. Ésta fue una impresión en relieve; se imprimía una imagen sobre una superficie plana, luego se recortaban los espacios que la rodeaban de tal forma que la imagen resaltara sobre la superficie.

Esta imagen resaltada se entintaba y sobre ella se colocaba una hoja de papel; finalmente se presionaba el papel contra el molde para transferir la imagen.

Se desconoce quien inventó exactamente la impresión en relieve, y cuándo o cómo se inició. Las evidencias son reliquias sin fecha, telas estampadas, dibujos estampados así como miles de impresiones en sellos de la figura de Buda.

Durante el siglo VIII la escultura china y la religión budista fueron exportadas a Japón, y ahí fue donde se produjo la impresión más antigua conocida hasta la fecha. Unos amuletos budistas (dharani) decretados por la emperatriz Shotoku, para prevenir a sus seguidores de la epidemia de viruela. Estos pequeños escritos se colocaban dentro de pagodas miniatura. El gran número de copias producidas, junto con su valor sagrado, permitió que muchas se conservaran hasta la actualidad.

En lo que se refiere a la técnica instrumental, la observación permite apreciar aún qué escrituras delatan el empleo original de la pluma. El grupo de las escrituras chinas constituye por sí mismo un mundo aparte; miles y miles de años han permanecido aislados de las tradiciones occidentales, habiendo conservado hasta el presente el sistema pictográfico original.

La escritura japonesa, que proviene de la china, ha logrado integrarse trabajosamente en un sistema simplificado de carácter silábico y literal. Así, la “katakana” hoy escritura de uso corriente, comprende aproximadamente un centenar de signos.

3.2.4 Escrituras en América prehispánica

Los ejemplos de cultura escrita procedentes del “Nuevo Mundo” conocidos hasta el presente son, en comparación con los de la vieja Europa, pocos, y unos cuatro mil años más jóvenes (Frutiger 2000, p.100).

Dentro de las escrituras de la América precolombina, puede apreciarse una gran diferencia en cuanto a las escrituras europeas por la gran distancia en tiempo y espacio de ambos continentes, es por eso que el desciframiento de la expresión americana es aún más difícil.

En comparación de las culturas maya y azteca, tan próximas entre sí cronológica y geográficamente, destaca especialmente cuánto difieren sus escrituras respectivas en lo que hace a los signos usados ya que los aztecas utilizaban representaciones figurativas y los signos de los mayas encierran una fuerte abstracción.

La observación de las majestuosas inscripciones cinceladas en piedra en los templos y palacios de estas culturas llena de asombro al mundo, por su creatividad e imaginación, así como la composición de las diferentes agrupaciones iconográficas cuyo sentido está lejos de ser totalmente resuelto.

Los mayas también fueron capaces de inventar un tipo de libro, al cual llamaban códice, escritos antes de la conquista donde muestran algunos rasgos de su civilización. La mayoría de éstos escritos fueron quemados por orden de los conquistadores españoles, ya que eran considerados escritos herejes. Estos escritos fueron encontrados en diferentes ciudades de Europa, pero no fueron descifrados hasta mediados del siglo pasado. La palabra "códice" se refiere a un volumen manuscrito. El nombre se deriva etimológicamente del latín "caudex" que significa tronco de árbol, lápida de madera, libro, código de leyes.

La temática de un libro maya podía estar vinculada con la religión, la astronomía, los ciclos agrícolas, la historia o las profecías. Pero en todos los casos, tanto el contenido como la elaboración del códice y el valor de éste por sí mismo, estaban relacionados con el mundo superior. Puesto que para escribir era necesario hallarse en contacto con los dioses, los productos de esa escritura debían ser considerados como objetos sacros y conservados en habitaciones específicas dentro de los templos y de los principales edificios civiles.

Durante las fiestas y ceremonias especiales, los códices se leían en público, después de someterlos a ritos purificatorios y de renovación. La lectura la realizaban varios sacerdotes, cada uno de acuerdo a su especialidad, por lo que es posible que los ideogramas hayan tenido no una, sino varias interpretaciones.

El proceso de fabricación del amate, que era el sustrato que utilizaban para sus escritos, tanto en el Mundo Maya como en las demás regiones indígenas, era básicamente el mismo. A las ramas se les arrancaba la corteza, de cuyo interior eran obtenidas capas de suave fibra. Con ésta se producía una pasta, reiteradamente aplanada hasta convertirla en hoja, puesta a secar al sol. El resultado eran largas tiras de papel de entre 15 y 25 cm de ancho, que se doblaban a manera de biombo en porciones iguales y que formaban las páginas del códice. Las páginas se cubrían con una capa de almidón y, finalmente, con una preparación blanca de carbonato de calcio.

A cada página se le pintaba un grueso marco de color rojo y algunas líneas horizontales y verticales; entonces, quedaba dividida en varios cuadros, dentro de los cuales se dibujaría un ideograma diferente aunque relacionado con los demás. Los temas tratados podían ocupar una o varias páginas. Cronológicamente, existen una larga lista de registros en piedra que pueden fecharse desde 500 a.C., hasta 800 d.C., en diversas partes del territorio Mesoamericano.

Los conquistadores españoles llegaron a la península de Yucatán, México, a principios del siglo XVI, cuando los más importantes centros ceremoniales mayas estaban ya abandonados y el esplendor de la antigua civilización había llegado a su fin. Pero más allá de tal decadencia, las comunidades indígenas conservaban su organización social, idiomas, tradiciones y religión. También seguían elaborando y leyendo códices. Los ideogramas de esos documentos provocaron tanto curiosidad como temor entre los misioneros europeos que trajeron el catolicismo. Movidos por la curiosidad, se dieron a la tarea de recopilar todos los códices que hallaban y a descifrarlos mediante la ayuda de intérpretes; impulsados por el temor, emprendieron la sistemática quema de estos documentos.

Para salvar cuantos códices fuera posible, los mayas enterraron algunos y otros los escondieron en cuevas; así, varios manuscritos fueron salvados de la destrucción, al

menos durante un tiempo. Años después, cuando los mayas de Yucatán ya conocían el alfabeto español, copiaron algunos de esos códices que tenían escondidos, manteniendo en la transcripción la lengua maya original pero empleando la escritura hispana.

Con el uso del alfabeto surgió lo que hoy se denomina literatura maya. Uno de sus ejemplos más representativos son antiguos documentos transcritos, cuyos originales jamás se han encontrado.

Los aztecas contaban con una escritura puramente pictográfica. Se servían de representaciones de objetos reales, que bien eran utilizados como imágenes verbales o bien eran reunidos en combinaciones más elaboradas. Conceptos como casa, red, sol, son aún fácilmente reconocibles desde nuestra propia cultura, Sin embargo, los insólitos signos de agua, piedra, recipiente, requieren ya de una explicación, al igual que los ideogramas correspondientes a muerte, viuda y aliento (Frutiger, 2000, p.101).

La escritura zapoteca, al igual que otros sistemas antiguos, era un sistema mixto con dos componentes estrechamente relacionados: unos llamados semasiográficos, estaban formados por imágenes o íconos con un significado preciso dentro de su cultura y que no es evidente para nosotros. Los otros componentes, llamados glotográficos, tenían un contenido fonético vinculado a la lengua. Estos últimos estaban atados al lenguaje, y por lo mismo al tener ese contenido fonético eran de más difícil lectura. Estos rasgos fueron propios de la escritura zapoteca desde sus más tempranas manifestaciones (Romero, 2003, p 29).

Se acostumbra decir que el régimen colonial y las culturas prehispánicas establecieron un monólogo, pero no es así, fueron dos pensamientos y dos escrituras que se cruzaron y dieron origen a las sociedades indígenas coloniales y a la cultura que ellas fueron capaces de crear y cuyos herederos son los pueblos indígenas contemporáneos.

La escritura más relevante en los años coloniales se refiere a la introducción del alfabeto latino, el cual irrumpió en Mesoamérica como un arma de conquista. Fue un instrumento más que aproximó al mundo mesoamericano a Occidente. Ellos pudieron ver las plumas deslizarse sobre el papel trazando nuevos y desconocidos signos y al cabo de unos días ellos también empezaron a utilizar esas nuevas letras, las cuales más tarde las utilizarían para escribir su propia historia (Romero, 2003, pp 33-34).

3.2.5 Primeras escrituras fonéticas

Hacia al fin del segundo milenio, en las riveras orientales del Mediterráneo, vivía un pequeño pueblo de comerciantes, los fenicios, quienes por sus actividades comerciales se vieron obligados a ampliar considerablemente sus conocimientos lingüísticos, tanto en su expresión oral como en la escrita. Por vez primera las consonantes no eran integradas en sílabas, sino que se registraban como unidades mínimas de sonido. Así, con el primer milenio hicieron aparición los signos consonánticos fenicios, hoy generalmente reconocidos como punto de partida de todas las escrituras alfabéticas (Frutiger, 2000, p. 103).

Esa escritura era muy rudimentaria, únicamente contaba con 22 consonantes pero con el paso del tiempo y gracias a ser un pueblo comerciante, la fueron difundiendo a otras partes del mundo, en donde otras culturas más avanzadas hicieron sus aportaciones importantes, como los antiguos griegos, que adoptaron por completo el alfabeto fenicio pero para la modulada expresión verbal griega fue necesario añadir cuatro nuevos signos, que fueron las vocales.

Los diseños de estos primeros signos se inspiraron en los procedentes de las escrituras demótica y cuneiforme (anteriormente explicada). Estos signos alfabéticos representaban imágenes estilizadas de objetos corrientes fácilmente reconocibles (Frutiger, 2004, p.11).

La expresión escrita, desde un principio encontró dos aplicaciones fundamentales: la ornamentación y las anotaciones corrientes manuscritas. Con el tiempo y la evolución, surgieron así series sígnicas que iniciaron la construcción de sucesivas culturas tipográficas.

En el norte de la India surgió una escritura totalmente autónoma, la Devanagari (escritura del antiguo sánscrito), hoy con carácter nacional y antiguo vehículo de los sagrados preceptos del hinduismo.

3.2.5.1 El alfabeto griego

La civilización griega colocó la base para muchos de los logros del mundo occidental, la ciencia, la filosofía y el gobierno democrático, entre otros. El arte, la arquitectura y la literatura comprenden una parte inapreciable de la herencia griega.

El alfabeto fenicio fue adoptado por los antiguos griegos y difundido en sus ciudades-estado alrededor del año 1000 a.C. Las más antiguas inscripciones conocidas datan del siglo VIII a.C., pero el alfabeto griego que ocupó una posición más importante en la evolución de la comunicación gráfica, pudo haberse desarrollado antes.

Los griegos tomaron el alfabeto fenicio o semítico del norte y sustituyeron cinco consonantes por vocales. No se sabe quien llevó el alfabeto fenicio a Grecia, pero de acuerdo a varios datos antiguos, Cadmus inventó la historia o creó la prosa o diseñó algunas de las letras del alfabeto griego. Quizá este fue un mito y fueron los mismos comerciantes fenicios los que lo llevaron a Grecia y otras áreas del Mediterráneo.

Desde el punto de vista del diseño gráfico, los griegos aplicaron la estructura geométrica y el orden a los torcidos caracteres fenicios y los convirtieron en formas de arte de magnífica armonía y belleza. La forma escrita tiene un orden visual y un equilibrio como si las letras marcharan a lo largo de una línea base en una repetición constante en forma y espacio. Las letras fueron estandarizadas en trazos horizontales, verticales, curvos y diagonales.

El griego antiguo se escribía en estilo *bustrófedon*, es decir, en lugar de escribir de izquierda a derecha como el español, o de derecha a izquierda, como el árabe, los renglones se leen en ambas direcciones de forma alterna. Muchas lenguas antiguas del Mediterráneo se escribían de ese modo. La invención de los signos de puntuación permitió pasar de este sistema a un sistema de escritura de izquierda a derecha, lo que implicó tener que dar vuelta a muchos símbolos para que resultaran más fáciles de escribir (Ambrose-Harris, 2007, p.20).

En Atenas, este alfabeto fue adoptado alrededor del año 400 AC. En la época de Oro de Grecia, el alfabeto desempeñó un papel muy importante en la democracia; permitió el uso de distintivos de asignación cuando se seleccionaban ciudadanos para el servicio público, y era posible votar en secreto por los jurados gracias al uso de papeletas de metal con inscripciones de alfabeto.

Son numerosas las letras griegas que han pasado a formar parte del lenguaje coloquial en términos tales como “macho alfa” o “prueba beta”, y sus caracteres son utilizados como símbolos matemáticos, por ejemplo, pi (π). La escritura se estandarizó alrededor del año

500 a.C., cuando esos caracteres adoptaron sus formas griegas y romanas (Ambrose-Harris, 2007, p 20),

En el año 356 AC, Alejandro Magno venció al Imperio persa y llevó la cultura helénica al mundo antiguo, incluyendo Egipto, Mesopotamia e India. El leer y escribir se había vuelto muy importante en ese tiempo debido a la expansión de la información y del conocimiento, ya que habían excedido la capacidad de la cultura oral para retenerla y documentarla.

Alejandro formó bibliotecas, incluyendo una muy grande con varios cientos de miles de pergaminos, situada en el puesto colonial de Alejandría en Egipto. Desgraciadamente, la mayor parte de este conocimiento compilado por la civilización griega se ha perdido a causa de la naturaleza frágil de los rollos de papiro y el clima húmedo griego (Meggs, 2000, p.34).

3.2.5.2 El alfabeto latino

El alfabeto latino llegó a los romanos de Grecia por medio de los antiguos etruscos, antigua civilización en la península italiana que alcanzó su esplendor durante el siglo VI AC. El alfabeto latino constaba de 21 letras, incluyendo las vocales de los griegos.

Roma tuvo el magnífico orgullo de sus logros y conquistas imperiales, y creó diseños de letras monumentales para las inscripciones arquitectónicas que festejaban a los generales sus victorias. Las inscripciones romanas se diseñaron para su permanencia y belleza. Las líneas geométricas de las *capitalis monumentalis** se dibujaron con trazos gruesos y delgados y con líneas derechas o curvas orgánicamente unificadas.

Cada letra fue diseñada para volverse una forma más que sólo la suma de sus partes. Se dio atención cuidadosa a las formas de espacios dentro de las letras y entre las letras.

La escritura romana a mano tomó varios estilos de diseño. El más importante es el *capitalis quadrata* que se usó extensamente en el siglo II DC. Escrita cuidadosa y lentamente con una pluma plana, tuvieron proporciones majestuosas y legibilidad sobresaliente.

* Tipo de escritura usada por los romanos para decorar sus monumentos, con inscripciones de guerra y conquistas. Posteriormente fue utilizada en manuscritos.

Los diseños de las letras son asombrosamente semejantes a las letras que hoy en día llamamos “mayúsculas”. Los patines o remates se agregaban con la pluma y reforzaban los extremos de los trazos.

El desplome del imperio romano fue tan dramático como el surgimiento de sus humildes orígenes. En el siglo I DC Roma comenzó a experimentar acciones hostiles de las tribus vecinas.

El gran legado de Roma incluye la arquitectura, la ingeniería, los lenguajes, las leyes y la literatura. Y su alfabeto se volvió la forma del diseño del lenguaje visual en el mundo occidental.

3.3 La imprenta de Gutemberg

Xilografía es el término técnico que se emplea para designar la impresión en relieve de una superficie, básicamente madera, que como ya lo mencionamos anteriormente se originó en Asia.

Tipografía es el término para la impresión mediante el uso de piezas de metal independientes, movibles y reutilizables, cada una de las cuales tiene la forma de una letra invertida, realizada en la parte superior (Meggs, 2000, p.58).

Esta simple definición contrasta con el inmenso potencial del diálogo humano y los nuevos horizontes para el diseño gráfico que fueron desencadenados por esta extraordinaria invención a mediados del siglo XV por un inquieto inventor alemán cuya imagen y firma se perdieron a través del inevitable paso del tiempo.

La invención de la tipografía se coloca casi a la par con la creación de la escritura como uno de los más importantes avances de la civilización. La escritura proporcionó a la humanidad un medio de almacenar, retribuir y documentar la información y el conocimiento de tal forma que trascendieran tiempo y lugar; la tipografía impresa permitió la producción económica y múltiple de la comunicación de mensajes por medio del alfabeto.

El conocimiento se propagó rápidamente y la capacidad de leer y escribir se incrementó como resultado de esta maravillosa invención.

Varios factores hicieron posibles el desarrollo de la tipografía. La demanda de libros se había vuelto insaciable. El surgimiento de una clase media culta y la rápida expansión de los estudiantes en las universidades le quitó al clero el monopolio de la alfabetización creando un nuevo mercado para el material de lectura.

El lento y caro proceso de fabricación de libros había cambiado muy poco en mil años. Un simple libro de 200 páginas requería cuatro a cinco meses de trabajo de un escriba y 25 pieles de cordero para los pergaminos, las cuales eran aún más caras que su trabajo.

En 1424 la biblioteca de la Universidad de Cambridge contaba con tan sólo 122 libros manuscritos. El valor de un libro era igual al de una granja o un viñedo (Meggs, 2000, p. 58).

Sin papel, la velocidad y eficiencia de la impresión no hubieran sido muy útiles. La fabricación del papel desde China a Europa había completado su largo y lento viaje. Pasaron cerca de 1000 años para que el conocimiento de la fabricación del papel llegara a Europa. En 1276 se estableció el primer molino de papel en Fabriano, Italia.

A mediados de 1440, en Maguncia, Alemania, Gutenberg después de una larga investigación, logró resolver los problemas técnicos, de organización y de producción que surgían al hacer sus impresiones tipográficas iniciales. Gutenberg trabajó durante diez años antes de realizar su primera impresión y veinte años antes de imprimir su primer libro tipográfico que se denominó “La Biblia de cuarenta y dos líneas”.

La impresión tipográfica no se desarrolló directamente de la impresión de bloque, ya que la madera era demasiado frágil. La necesidad de una alineación exacta hicieron que la impresión de material de texto por medio de tipos independientes, móviles y reutilizables, fuera muy deseada en el occidente.

Para este tipo de impresión se debían seguir una serie de pasos. Gutenberg eligió una letra compacta y cuadrada, comúnmente usada por los escribas alemanes de la época. Los primeros impresos buscaron competir con los calígrafos e imitaron su trabajo con tanta exactitud como fuera posible. Este estilo, sin curvas, fue perfeccionado a tal grado, que los caracteres de la Biblia de cuarenta y dos líneas simula una verdadera caligrafía.

Entre los primeros diseños que aún sobreviven del diseño tipográfico e impresión, se incluyen un poema alemán acerca del juicio final, cuatro calendarios y una serie de reediciones de una gramática latina.

Los ejemplares fechados más antiguos son de 1454 y son cartas de indulgencias expedidas en Maguncia. El Papa Nicolás V expidió este perdón de los pecados a todos los cristianos que habían contribuido económicamente para apoyar la guerra contra los turcos.

3.4 Las artes visuales y su vinculación con el diseño

El diseñador gráfico contemporáneo ha heredado, a través del tiempo, sus conocimientos de todas partes del mundo. Escritas sumerios, artesanos egipcios que combinaban palabras e imágenes en manuscritos iluminados, impresores chinos, ilustradores medievales e impresores europeos del siglo XV.

Como hemos mencionado anteriormente, el siglo XV fue una época de grandes logros, gracias al redescubrimiento de la imprenta en Europa se diseñaron los primeros libros que ya estaban al alcance de cualquiera. Todos ellos se convirtieron en parte importantísima de la historia del diseño gráfico.

Pero la historia está llena de mitos, y al tratar de valorar los logros del pasado, lo hacemos con ojos que sólo perciben lo actual; la historia se vuelve entonces, una reflexión de las necesidades, sensibilidades y actitudes del tiempo que las describe.

El concepto del arte, como un objeto bello que existe únicamente por sus valores estéticos, no se desarrolla hasta el siglo XIX. Antes de la revolución industrial, la belleza de las formas creadas por el hombre estaban relacionadas con su función en la sociedad humana. Todo cuanto se hacía se encontraba intrínsecamente unido con los valores útiles: la poesía griega, los jeroglíficos egipcios, los manuscritos medievales, por mencionar sólo algunos.

En la historia del diseño gráfico, el renacimiento de la literatura clásica y el trabajo de los humanistas italianos están estrechamente relacionados con un enfoque innovador del diseño de libros. El diseño de tipos, la composición de la página, los ornamentos, las

ilustraciones y aun el diseño total del libro se volvieron a analizar por los impresores y eruditos italianos.

El florecimiento de un nuevo enfoque del diseño de libros, que fuera independiente del libro ilustrado alemán, se inició en Venecia y continuó allí durante las últimas décadas del siglo XV.

Con el paso del tiempo, la lectura se hace una necesidad para las clases superiores y por esta razón crece la demanda en el negocio de la venta de libros. Un despertar del ingenio literario ocurrió durante el siglo XVII. Obras inmortales por autores talentosos, como el poeta inglés William Shakespeare (1564-1616), y el novelista y poeta español Miguel de Cervantes Saavedra (1547-1616), fueron ampliamente publicadas (Meggs, 2000, p.106).

La gran invención del siglo XVIII fueron los periódicos, los cuales se difundieron desde principios de siglo. El primer periódico diario nació en Inglaterra en el S. XVIII. Fue el *Daily Courrant* (1702). Hacia 1715 había en este país una gran actividad editorial y aparece un gran número de publicaciones de periodicidad variable. La distribución se hacía por medio de pregoneros. Los más importantes centros de circulación de periódicos fueron los cafés, donde la gente se reunía a leerlos y comentar las noticias. Con el desarrollo de la prensa tuvo lugar el nacimiento de la opinión pública. Fue en Inglaterra, donde se aprobó la primera Ley de Prensa burguesa, el LIBEL ACT, en 1792 y donde apareció, ya a finales de siglo, la prensa de negocio: Las empresas periodísticas introdujeron innovaciones técnicas, establecieron una infraestructura informativa para la recopilación de noticias y mejoraron los sistemas de distribución, a medida que se desarrollaron las redes del ferrocarril. Aparecieron empresarios con una nueva mentalidad que con fin lucrativo modernizaron sus empresas, redujeron costos y aumentaron la capacidad productiva. Ejemplo de todo esto fue el periódico *The Times* (1785) (Timoteo, 1987).

Debido al auge económico, en 1730 aparece en Londres el primer diario comercial dedicado a la publicación de anuncios de ofertas y demandas. Además, los comerciantes londinenses se encargaron de introducir un tipo de tarjeta comercial, que por su gran formato, parece fueron utilizadas como cartas comerciales y facturas.

Es en esta época que la publicidad empieza a cobrar importancia, por el medio impreso reproducido con la técnica de la xilografía, o grabado en madera. Se incluían pequeñas ilustraciones acompañadas de una completa argumentación publicitaria.

En este siglo se inician las escuelas técnicas de artes aplicadas para la formación de especialistas en diseño textil y artes gráficas, se hace hincapié en la vinculación de imagen y texto, utilizando ambos como complemento y como concepto utilitario y didáctico.

Antes de la era victoriana, no existían libros ni material especializado para los niños. Es entonces cuando se introduce la creación de los libros de juegos, con dibujos a color para niños en edad preescolar. Ilustradores ingleses lograron excelentes diseños de página, así como la composición pictórica y un uso restringido del color en su trabajo.

Muchos de los primeros libros infantiles no fueron fechados, por lo que no se sabe con exactitud quién fue el pionero de esta forma gráfica. Sin embargo, el inglés Walter Crane (1845 – 1915) fue el más influyente de los diseñadores de libros ilustrados para niños (Meggs, 2000, p. 153).

3.4.1 La Revolución Industrial

La Revolución Industrial, que inició en Inglaterra a mediados del siglo XVIII, vino a cambiar totalmente el sentido de las bellas artes en un proceso evolutivo sumamente acelerado. La era de las máquinas creó un abismo entre la vida material de las personas y sus necesidades espirituales. Fue un proceso radical de cambio social y económico más que sólo un periodo histórico (Meggs, 2000, p 126).

El desarrollo de la nueva tecnología de composición y prensa en las últimas décadas del siglo XIX, luego de muchos años de impresión manual, produjo muchos cambios importantes en los esquemas de trabajo dentro de las artes gráficas debido a la automatización y a la especialización. Aparecieron especialistas en cada fase del proceso, reduciendo las funciones de los tipógrafos, así comenzaron a surgir diseñadores de tipos, fundidores, compositores, fabricantes de papel, encuadernadores, editores, impresores, etc.

Las ciudades crecieron con rapidez y la riqueza se distribuyó más ampliamente. El

creciente conocimiento científico se aplicó a los procesos de fabricación y materiales. El sentido de dominio de la gente sobre la naturaleza y la fe en la habilidad para explotar los recursos de la tierra con el fin de satisfacer deseos y necesidades materiales crearon una gran confianza.

La tecnología pasó de lo manual a lo mecánico y a lo automático, y de un mercado limitado a uno masivo. Creció la demanda del material impreso y el desarrollo de la publicidad fomentó el crecimiento de las ventas de diarios y revistas, recuperando a su vez el uso del Cartel Publicitario.

3.4.2 El cartel, como parte importante de la historia del diseño

El arte es creación del hombre, pero las palabras y las pinturas forman parte también de su lenguaje. Si el arte no es principalmente comunicación, sino creación, entonces los carteles, con su función prescrita de publicidad y propaganda, serían una forma secundaria del arte. Y sin embargo, los carteles han mantenido una curiosa relación con la pintura en sus primeros cien años de existencia (Barnicoat, 2000, p.7).

La historia del cartel se remonta a mediados del siglo XIX, en Francia. Jules Chéret (1836 - 1933) empezó a producir carteles litográficos en color con su propia prensa. La litografía* no era un proceso nuevo; la inventó Alois Senefelder en Austria en 1798, aunque su método se perfeccionó después.

En 1858, Chéret realizó su primer diseño litográfico en color; pero su verdadera aportación a la historia del cartel se inició con su regreso a París tras una estancia de siete años en Inglaterra. Fue entonces cuando empezó a realizar carteles con una maquinaria inglesa nueva basada en los diseños de Senefelder. Chéret dibujaba directamente sus diseños en la piedra litográfica, devolviendo así a la litografía ese carácter de medio directo de creación que había tenido con Goya y otras figuras de comienzos de siglo. Desde entonces, la litografía se había utilizado únicamente para la reproducción de otras formas de expresión artística. También se utilizaba para la aplicación de ilustraciones en libros. Desde el punto de vista técnico, es posible vincular la evolución del cartel a través de la página impresa.

* Técnica de impresión que utiliza una piedra caliza pulimentada sobre la que se dibuja la imagen a imprimir con una materia grasa, bien sea mediante lápiz o pincel. Este proceso se basa en la incompatibilidad de la grasa y el agua. Una vez la piedra humedecida, la tinta de impresión solo queda retenida en las zonas dibujadas previamente.

Los anuncios públicos tienen una larga historia cuyos orígenes se remontan a la antigüedad. Sin embargo, se puede decir que los primeros carteles de la era moderna, como anuncios publicitarios, aparecieron en Inglaterra en el año 1477, en una obra de William Caxton.

En el siglo XVII se prohibió en Francia colocar anuncios sin permiso previo. Luis XV ordenó en 1761 que los establecimientos franceses colocaran su publicidad de forma paralela al muro de la entrada, como medida de seguridad, lo que posteriormente dio lugar a la cartelera (Barnicoat, 2000, p. 8).

Ya en 1715 encontramos una pintura anunciando sombrillas plegables, y en 1800 aparece el primer anuncio de una cerveza, representando a parejas jóvenes bebiendo en una posada. Ambos casos en Francia.

Pero los ejemplos anteriores no rebasaban el tamaño de una página de un libro. Fue hasta 1869 que Chéret crea los primeros carteles que le darán a ese medio impreso su formato característico.

La composición de los primeros carteles en las que Chéret se basa, consta básicamente de formas planas; y este sencillo tratamiento visual no es tan patente en la obra de Chéret ya que él se basa en las composiciones tradicionales de la pintura mural europea.

Chéret realizó más de mil carteles publicitarios y son considerados verdaderas obras de arte. En lugar de reinterpretar los grandes murales del pasado para las élites que visitaban las galerías de arte, él encontró un nuevo lugar para su obra: la calle. Gracias al éxito material de esta exhibición pública del arte, se ha llegado a decir que los carteles son una galería de arte en la calle. En el caso de Chéret, esta frase es una descripción justa.

Henri de Toulouse-Lautrec es el creador del cartel moderno, introduce aspectos que influyen en la publicidad posterior. La actividad cartelística de Toulouse-Lautrec quedó circunscrita a la década de 1890, pero eso no limita el alcance de una propuesta estética atrevida que supone un cambio de orientación en el cartelismo de la época. Instalado en Montmartre desde 1884, el pintor rompe en sus carteles con las convenciones y las modas compositivas del Art Nouveau y, aunque incorpora características de su lenguaje, en su trabajo es notable la influencia de la estampa japonesa que tanto le interesaba.

Toulouse- Lautrec produjo sólo 32 carteles, pero su dominio del dibujo directo sobre piedras litográficas fue extraordinario. Trabajaba de memoria, sin utilizar bocetos y con un viejo cepillo de dientes con el que lograba efectos tonales mediante una cuidadosa técnica de rociado (Meggs, 2000, p.192). En sus carteles hay relación entre texto y letra. El cartel se dirige a convencer y requiere una imagen limpia, eficaz, y llamativa. A Lautrec le importa de modo especial el estímulo psicológico. A partir de todo esto, profundiza y capta lo personal y entiende el arte como comunicación de actualidad.

El cartel, casi recién nacido, participó en la época del Art Nouveau, y el principal exponente en la asombrosa labor cartelística de esta corriente es el artista checo Alphonse Mucha, nacido en 1860, y quién llega a París en 1890. Sus carteles más conocidos están relacionados con la actriz Sarah Bernhardt, quien fue la responsable para que le encargaran el primero en 1894 (Barnicoat, 2000, p.36). Mucha resistió la identificación con dicha corriente artística, manteniendo que el arte era eterno y por consiguiente, nunca podría ser nuevo; pero el desarrollo posterior de su trabajo y del cartel visual están inseparablemente ligados a este difuso movimiento internacional (Meggs, 2000, p.193).

3.4.3 ¿El diseño es arte?

Ahora bien, hemos descrito la importancia de los avances tecnológicos en la concepción de la modernidad y los mensajes visuales, y también hemos constatado que aquellos que se dedicaban al arte eran los encargados, directa o indirectamente, de realizar el trabajo publicitario, ya que eran los que conocían las técnicas y tenían los contactos importantes para llevar las artes visuales a otras áreas más mundanas.

Eduardo Heredia, en un artículo publicado para la revista en línea, Foroalfa, nos describe las artes visuales como aquellas disciplinas que fundamentan su esencia en la visualidad, la capacidad de observar o hacer inteligible lo que se ve, y en una estética que haga posible la distinción entre lo que simplemente se ve gracias a la facultad fisiológica de ver, y el objeto que irrevocablemente se hace observar por sí mismo como un fenómeno estético; al hablar de visualidad se habla de una declaración visual, producto de un

proceso intelectual que a la hora de ser arrojado ante el espectador, no queda a manos de la mera percepción sensorial (Heredia, 2008).

El concepto de “artes visuales” fue acuñado en primera instancia en la escuela de la Bauhaus, (de la que se hablará a fondo en el capítulo siguiente) y fue ahí donde se separó del concepto de las artes aplicadas. La estructura fundamental de dicha escuela, se basa en el diseño como parte medular del proceso artístico, fusionando lo estético con lo utilitario. De igual forma, incluyen a la fotografía y el cine como parte integral de estas actividades.

El diseño ha tenido siempre el problema de la belleza como categoría estética y universal. Pero es aquí donde radica la diferencia entre artes visuales (plásticas) y artes aplicadas (diseño gráfico, arquitectura, diseño industrial, etc.)

Hablando concretamente del diseño gráfico, que es lo que nos interesa en este trabajo, debemos entender que su principal función es cumplir un compromiso sociocultural. Para el diseño es inherente la estética, porque se entiende como la imagen creada, y es la misma estética la que cumple la función de transmitir el mensaje comunicativo.

Si bien la funcionalidad se asocia a lo eficaz de la imagen para comunicar o transmitir un mensaje, dicha eficacia será siempre subordinada al estilo, que a su vez se subordina a la estética y a la intención del creador.

Y como hemos dicho anteriormente y abordaremos el tema más a profundidad en el siguiente capítulo, el diseño gráfico como disciplina tiene escasos cien años de ser una profesión formal, ya que anteriormente era realizado por artistas plásticos, que dedicaban parte de su tiempo a la creación publicitaria.

Y como dice Jorge Luis García Fabela (2008), “A mi parecer es correcta la declaración acerca del carácter esencial del arte en ser una «creación del espíritu». En ese sentido agregaría que el diseño gráfico no puede evitar ser también una creación del espíritu ya que el diseñador no es un ser fragmentado que cuando trabaja se olvide de su propio espíritu y pueda deshacerse del mismo.

El diseñador es un ser completo y siempre imprimimos una parte de nuestro espíritu en nuestros trabajos como en la manera en que hablamos o vestimos.

La estética en el diseño es importante, desde el punto de vista subjetivo. Pero la diferencia radica en que en el arte no hay un mensaje específico a comunicar. El artista transmite su pensar y su sentir, y el público lo interpreta según su propia realidad.

El diseño, en cambio, forma parte de un proceso en el que va implícito un propósito específico que se debe cumplir. Debe ser comprendido por el público al que va dirigido y no está en el diseñador transmitir un sentir personal, aunque es importante recalcar que cada diseñador posee un estilo único, pero es en el mensaje en el que lo plasma, y de esa forma llega a comunicar su intención.

Y para cerrar el capítulo, cito al escritor León Tolstoi, en una frase que podría decirse ideal para la comprensión de los argumentos anteriores

«Arte es evocar un sentimiento experimentado y luego por medio de líneas, movimientos, sonidos, colores o palabras transmitirlo a los demás».

Podemos comprender que desde que el hombre se dio cuenta de su propia existencia, tuvo la necesidad de comunicarse con sus semejantes primero con movimientos de su cuerpo seguido por la manera oral, y después por medio de signos y símbolos muy rudimentarios y con las herramientas que encontraba en su propio hábitat.

Con el paso del tiempo y la evolución de su inteligencia, desarrolló nuevas técnicas de comunicación gráfica, que llegaron a su máxima invención siendo el parte aguas entre prehistoria e historia: la escritura. Tuvo que pasar mucho tiempo para que esa escritura tan complicada y comprendida por una pequeña parte de las comunidades en las diferentes partes del mundo, se convirtiera en sólo 26 caracteres fonéticos pero con un alcance infinito en el mundo occidental.

La difusión del conocimiento se propagó de manera arrolladora, iniciando así la alfabetización, la divulgación científica y de todas las disciplinas creadas a lo largo de la historia de la humanidad.

Eso nos lleva a enfocarnos en particular al trabajo del diseñador gráfico, que si bien como disciplina y profesión puede decirse que no llega aun al siglo, sí han existido hombres con esa habilidad creativa de realizar mensajes visuales que cubran necesidades específicas, para poder transmitirlos a su comunidad, y que desde sus inicios han tenido una gran trascendencia.

El siguiente capítulo aborda detalladamente los inicios de esta profesión, la formación de los primeros diseñadores gráficos en la escuela que inició en Alemania, y posteriormente cómo llegó y cuál fue su desarrollo en nuestro país, y su importancia en la formación de las nuevas generaciones de diseñadores, actualizados para construir con sus mensajes, un mejor entorno para toda la sociedad.

Capítulo 4

La formación de los diseñadores gráficos

Introducción

En las primeras décadas del siglo XX aparece el diseño de manera formal y se podría decir que de la mano con las artes visuales, pero tomando su curso de una forma independiente. Aparece como una fuerza transformadora que no se limita a los aspectos estrictamente productivos, técnicos o estéticos, sino que se presenta con una carga dirigida en gran parte al cambio social.

Los pioneros en incursionar en el amplio campo nuevo del diseño, fueron idealistas que trataron y lograron tejer las bases sistemáticas de la creación de mensajes visuales, y nos han dejado su legado histórico, planteando una nueva alternativa para mejorar la vida en cuanto a la comunicación universal.

4.1 La primera escuela de diseño: La Bauhaus

La Bauhaus es el fruto de una época que se sentía revolucionaria. Desde el cambio de siglo, una nueva generación que necesitaba incursionar en el sentimiento puro, la originalidad, las vivencias, la expresión y una percepción más universales y simbólicas, había sustituido en el ámbito del arte y el historicismo tradicional, el culto al ego de la época de la Revolución Industrial.

El principio de lo que probablemente haya sido la escuela de creación de más éxito y con más consecuencias estuvo precedido por una visión: la idea de hacer resurgir un nuevo hombre de entre la catástrofe causada por la Primera Guerra Mundial: una criatura dotada en todos los sentidos y formada por los mejores artistas y arquitectos de la época que pudiese crear el presente y el futuro de un siglo moderno (Köneman, 2000, p.8).

Fundamentalmente, todos esos proyectos tenían en común la idea de unir arte y vida. Y a partir de esa idea surgieron proyectos muy diversos destinados a la reforma de la producción y de la enseñanza artística. Era imprescindible unificar las bellas artes con las artes aplicadas, lo cual permitía madurar planes para vincular las escuelas de artes y oficios con las de las bellas artes, sin eliminarlas.

Las ideas de todos los movimientos avanzados del arte y del diseño se exploraron, combinaron y aplicaron a problemas de diseño funcional e industrial en una escuela de

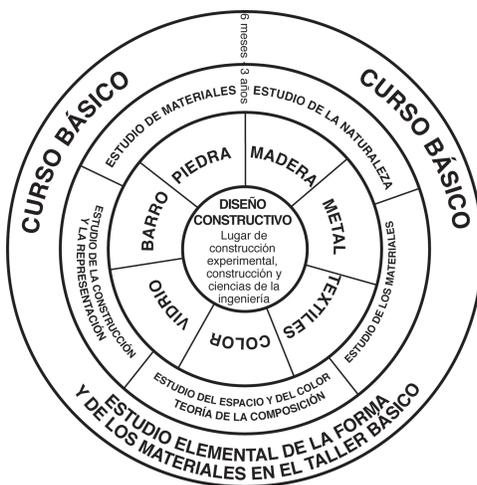
diseño en Alemania, la Bauhaus (1919 – 1933). El mobiliario del siglo XX, la arquitectura y el diseño de productos y gráficas se formaron con el trabajo de su personal docente y de los estudiantes, así surgió una estética del diseño moderno.

El arquitecto alemán Walter Gropius (1883- 1969) fundador y primer director de la escuela, la nombró *Das Staatliches Bauhaus* (que literalmente se traduce como, la casa del Estado para la construcción).

El Manifiesto de la Bauhaus publicado en los periódicos alemanes, estableció la filosofía de la nueva escuela:

“La construcción completa es el objetivo final de todas las artes visuales. Al principio la función más noble de las bellas artes era embellecer los edificios; éstos eran los componentes indispensables de la gran arquitectura. Hoy las

artes existen en aislamiento... arquitectos, pintores y escultores deben reaprender el carácter compuesto del edificio como una entidad ... el artista es un artesano enaltecido...” (Köneman, 2000, p.180).



Plan de estudios de la Bauhaus

Reconociendo las raíces comunes de las bellas artes así como de las artes aplicadas, Gropius buscó una nueva unidad del arte y la tecnología al preparar una generación de artistas en constante lucha por resolver problemas de diseño visual creados por las nuevas técnicas industriales. La Bauhaus fue la consecuencia

lógica de la preocupación alemana por mejorar el diseño en una sociedad industrial que comenzó con el siglo.

Los primeros años de la escuela en la ciudad de Weimar se caracterizaron por un deseo utópico de crear una nueva sociedad espiritual, así como la unidad de artistas y artesanos para construir el futuro.

Gropius estaba interesado en el potencial simbólico de la arquitectura y en la posibilidad de un estilo de diseño universal como un aspecto integrado a la sociedad.

Las ideas avanzadas acerca de la forma, el color y el espacio se integraron en el vocabulario del diseño cuando los pintores Paul Klee y Wassily Kandinsky se integraron al personal docente en 1920 y 1922 respectivamente.

Klee integró el arte moderno visual con obras de las culturas no occidentales y de los niños para crear dibujos y pinturas cargadas de comunicación visual; y Kandinsky creía en la autonomía y los valores espirituales del color y la forma.

En 1923, Kandinsky propuso una correspondencia universal entre las tres formas elementales y los tres colores primarios: el dinámico triángulo es esencialmente amarillo; el estático cuadrado, intrínsecamente rojo; y el sereno círculo, naturalmente azul. Hoy, esta ecuación ha perdido su pretensión universal y funciona como un signo flotante capaz de adquirir numerosos significados entre los cuales está la esencia de la Bauhaus (Lupton, Ellen y Miller, A., 1994).

En el curso preliminar, uno de los primeros impartidos en la escuela, Johannes Itten utilizaba métodos de enseñanza nada convencionales con la esperanza de “desenseñar” a los estudiantes y devolverles a un estado de inocencia, a un punto de origen en que pudiera empezar el verdadero aprendizaje.

La adaptación por parte de Itten de técnicas basadas en la niñez para la formación de estudiantes de arte profesional estaba también influida por su previa experiencia como maestro de escuela primaria. Itten buscaba liberar la creatividad de los estudiantes mediante la introducción de exploraciones elementales de formas y materiales, el automatismo, el dibujo a ciegas, movimientos rítmicos de dibujo y un enfoque intuitivo y místico (Lupton, Ellen y Miller, A., 1994, p.20)

Kandinsky comenta, en su libro *Punto y línea sobre el plano* “Debemos, de entrada, distinguir los elementos básicos de otros elementos, a saber: elementos sin los cuales una obra no puede ni siquiera llegar a la existencia.” (Kandinsky, 2005)

La tensión entre la Bauhaus y el gobierno de Weimar existió desde un principio y se intensificó cuando el nuevo régimen llegó al poder y trató de imponer condiciones inaceptables a la escuela. En 1924 firmaron una carta de renuncia que se hizo efectiva en abril de 1925. Gropius y el alcalde de Dessau negociaron la reubicación de la Bauhaus e

inmediatamente reiniciaron las actividades en la nueva ciudad con instalaciones temporales. El año siguiente se estrenó nuevo plantel y se reorganizó el plan de estudios.

Durante el período en Dessau (1925- 1932) la identidad y filosofía de la Bauhaus alcanzaron una realización completa. Adoptó los principios formales del Constructivismo aplicables de manera inteligente a los problemas de diseño.

Ideas abundantes fluyeron de la Bauhaus para influir en la vida y el diseño del siglo XX: diseño de productos, mobiliario de acero, arquitectura funcional, diseños del medio ambiente y la tipografía. Se les llamó maestros profesores y se abandonó el sistema medieval maestro/ oficial/ aprendiz.

En 1926 la Bauhaus fue renombrada Escuela Superior de la Forma y se comenzó a publicar la influyente revista Bauhaus. Con esta publicación se diseminaron las ideas de la escuela acerca de la teoría del arte y su aplicación a la arquitectura y el diseño.

En 1931 el partido nazi dominó el Consejo de la Ciudad de Dessau y canceló los contratos de la facultad de Bauhaus en 1932. Los directivos trataron de dirigir la escuela desde una fábrica vacía de teléfonos en Berlín, pero el acoso nazi hizo insostenible su continuación. La Gestapo demandó la destitución de los “bolcheviques culturales” de la escuela y los reemplazó con simpatizantes nazis. La facultad votó a favor de la disolución de la Bauhaus y ésta fue cerrada el 10 de agosto de 1933, con un aviso para los estudiantes de que estaría disponible para consulta si fuera necesario (Meggs, 2000, p.285).

De esta forma terminó la más importante escuela de diseño. La persecución nazi condujo a que muchos miembros de la facultad se unieran a los intelectuales y artistas que emigraron a los Estados Unidos.

En 1937 uno de los últimos directores, el suizo Laszlo Moholy-Nagi estableció la Nueva Bauhaus, hoy en día Instituto de Diseño en Chicago.

Los logros e influencia de la Bauhaus trascendieron sus catorce años de vida; la escuela creó un movimiento de diseño moderno viable que incluía arquitectura, diseño de productos y comunicación visual. Se desarrolló un enfoque modernista de la educación visual y las clases y métodos de enseñanza preparadas por los maestros contribuyeron de manera importante a la teoría visual.

Hoy en día siguen vigentes los principios establecidos en esa primera escuela de diseño, la cual logró disolver el límite entre las bellas artes y las artes aplicadas, llevando el arte a una relación cercana con la vida por medio del diseño, siendo esto un vehículo para el cambio social y un nuevo enfoque en la vida cultural en el mundo.

4.2 Antecedentes del Diseño Gráfico en México

Se puede decir que el diseño gráfico en México tiene sus orígenes en las primeras manifestaciones prehispánicas de querer registrar los acontecimientos más relevantes de cada una de las culturas mesoamericanas. Pero la mayor parte de las creaciones prehispánicas fue destruida a la llegada de los españoles, y en realidad su influencia en el diseño actual podría ser únicamente referencial.

La Nueva España tuvo la primera imprenta de América, pero no fue una enseñanza formal de las artes gráficas, ya que el personal que ahí laboraba aprendía el trabajo en forma de aprendiz y eventualmente de oficial y maestro.

Con el paso del tiempo y la influencia europea, las escuelas de arte impartían cursos de dibujo publicitario y tipografía. Diego Rivera inició en la Academia de San Carlos los talleres nocturnos de carteles y letras en 1929, cuando era director de la ECAP (Escuela Central de Artes Plásticas), la cual se convirtió en la ENAP (Escuela Nacional de Artes Plásticas) en 1933 (CADU, 2000).

A principios de los años cincuenta, don Tomás Espresate y don Eduardo Naval, dueños de Librería Madero, habían creado una pequeña imprenta en la que trabajaban varios artistas gráficos. El taller comenzó con una sola máquina y estaba situado en una casa en el centro de la Cd. de México. Ahí inicia el trabajo de Vicente Rojo, uno de los primeros diseñadores gráficos de renombre, exiliado español que llegó a temprana edad a México y que poco a poco se fue haciendo una buena reputación, y con el paso del tiempo llegó a ser un elemento clave de la muy conocida Imprenta Madero. “Al principio asesoré en la selección de tipos de letras, que empezó con la adopción de algunas familias tipográficas antiguas. Después participé en toda clase de experimentos para dar al entonces incipiente diseño gráfico mayores posibilidades expresivas ...” (Rojo, 2007, p.46).

Otra de las grandes figuras del diseño gráfico en México, en sus inicios fue Miguel Prieto. Así como Vicente Rojo, Prieto fue uno de los exiliados republicanos españoles que

enriquecieron la cultura de nuestro país. Un gran pintor, pero sobre todo un diseñador genial desde los primeros años de su estancia en México. El diseñó el formato de la revista Romance, el libro Canto General de Pablo Neruda, hoy convertido en joya bibliográfica muy difícil de obtener, y las ediciones del primer Instituto Nacional de Bellas Artes (Benítez, cita en Prieto, 2000, p.9)

Un sitio histórico que impartió la formación de diseño mexicano fue La Ciudadela, donde José Chávez Morado fundó en 1949 el Taller de Integración Plástica.

En 1961, por encomienda del INBA, el mismo José Chávez Morado organizó la Escuela de Diseño y Artesanías (EDA) que se abrió en febrero de 1962 con cursos artesanales y una carrera técnica de diseñador artesanal de cuatro años, que concebía al diseño como una profesión integral.

La educación profesional del diseño en México tomó todavía algunas décadas. La primera escuela en presentar formalmente el programa fue la Universidad Autónoma de Guadalajara (UAG) fundada en 1935, seguida del Instituto Regiomontano que fue fundado en 1942 y el Centro Cultural Universitario en 1943, que se convertiría en Universidad Iberoamericana en 1951. El Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) en 1957, La Universidad La Salle en 1962 y la Universidad Anahuac en 1964. (Kloss, Algunos apuntes históricos sobre las escuelas de diseño, revista Encuadre, 2006, p.24).

En junio de 1967 la Escuela de Diseño de la Universidad Iberoamericana (UIA) fue invitada oficialmente a colaborar con el Comité Organizador de los XIX Juegos Olímpicos, en prácticamente todas las ramas de diseño. La UIA ya era pionera en abrir nuevas carreras en México, y percibía como prometedora la oportunidad de abrir diseño gráfico.

Es por eso que, la primera universidad en impartir la carrera de una manera profesional, fue la Universidad Iberoamericana en 1968, pero no hay información suficiente que documente formalmente los hechos; más bien se trata de una historia oral transmitida de maestros a alumnos con mitos y héroes locales.

El punto de vista de la comunicación nos permite afirmar que los Juegos Olímpicos constituyen, por sí mismos, un fenómeno cultural y que los destinatarios de este

programa, más allá de lo que se ha entendido por Olimpiada Cultural, son todos los receptores, locales e internacionales, directos o indirectos, de sus productos de comunicación.

En la década de los 60, el diseño gráfico era parte importante cultural y económicamente de los países industrializados. Sin embargo, en otras partes del mundo, no se consideraba una herramienta ni un vehículo importante de culturización e información que ayudara en la transformación económica y social de los países en vías de desarrollo.

Los diseñadores eran vistos (y muchas veces aún sigue sucediendo) como artistas frustrados que simplemente trataban de hacerse notar produciendo mensajes que cualquiera puede hacer. Con el paso del tiempo, y la comunicación global, el diseño gráfico empezó a ser visto como solucionador de problemas de comunicación y acabó siendo reconocido por los consumidores que recibían sus mensajes.

Actualmente, los académicos profundizamos en los estudios sobre la influencia de la comunicación en la sociedad, y es de vital importancia hacer hincapié en que para transmitir los valores sociales y las responsabilidades éticas de un profesional, lo hagamos antes que nada con el ejemplo.

La teoría establece que “el medio es el mensaje”, del canadiense Marshall McLuhan, quien acordó que la tradición tipográfica iniciada con Gutemberg pertenecía a la edad mecánica, un hecho que condujo a modelos de pensamiento que fomentaba la especialización y la alienación. McLuhan reconoció la intersección entre tecnología y cambio político, proponiendo que los nuevos medios desarrollados por la tecnología electrónica acabarían por crear una "aldea global", donde todos los ciudadanos del mundo, sin importar la ubicación geográfica, estarían interconectados en una verdadera sociedad de la información (Bastos, 1999).

La representación e identificación de cualquier evento es de suma importancia para poderse presentar de manera formal ante los medios de comunicación y dependiendo del carácter del evento, darse a conocer a su público local, nacional o internacional. La calidad del diseño constituye una primera razón para su posterior comercialización.

La primera vez que aparecen pictogramas específicos y que el diseño del logotipo actúa como elemento caracterizador de toda la imagen corporativa en unas Olimpiadas, es en los juegos de Tokio de 1964, lo que marcó el inicio de la importancia y el uso del diseño gráfico. Ya en 1968, en México, la imagen no se limita a ilustrar publicaciones y carteles, se extiende a elementos de diseño y ambientación, lo que nos plantea por primera vez el uso de un programa integral de identidad olímpica.

Mientras tanto, en nuestro país el año comenzaba con la expectativa de celebrar los XIX Juegos Olímpicos de la era moderna. Su importancia era aún mayor por ser el primer país Latinoamericano, en vías de desarrollo y de habla Hispana en organizar una Olimpiada, lo cual daba aún más relevancia al evento. (Real, 2000)

Dado que no se contaba con una fuerte infraestructura económica para apoyar grandes proyectos arquitectónicos (como en las Olimpiadas de Tokio en 1964), en el caso de MEXICO '68 le tocó al diseño gráfico jugar un papel importante en el desarrollo y éxito visual de los mismos.

Así, el comité organizador de los Juegos de México, al ver la necesidad de crear un sistema visual que funcionara como un medio de información internacional efectivo, a la vez que como un sólido aparato de identificación y publicidad, armó un equipo multidisciplinario de diseño que incluía al estadounidense Lance Wyman como director de diseño gráfico y al diseñador industrial británico Peter Murdoch como director de productos especiales.

El reto principal de este equipo de diseño era elaborar un sistema visual capaz de ser aplicado en una de las ciudades más grandes del mundo, ya que los Juegos olímpicos serían realizados dentro de esta zona urbana y no, como en otras ocasiones, en un lugar especialmente construido para este propósito.

De esta forma el diseñador Lance Wyman determinó que dicho sistema debería reflejar aspectos de la cultura mexicana, más que seguir modelos gráficos de moda. De tal forma, y como resultado de un estudio exhaustivo de antiguos utensilios aztecas y de elementos

del arte popular mexicano, principalmente huichol*, Wyman estableció el uso de líneas múltiples en repetición, formando patrones y el empleo dinámico de colores brillantes – que él consideró como un aspecto distintivo de la cultura mexicana- como las ideas principales de su diseño.

La publicidad apareció en toda clase de artículos: lápices, ropa, joyas de fantasía, etcétera. El símbolo de la paz, una paloma blanca al estilo del logotipo México '68, se imprimió en calcomanías que pronto aparecieron pegadas por doquier. Los problemas lingüísticos que planteaban la información y orientación para los participantes y del público en general, se resolvieron en parte al diseñar una serie de símbolos y pictogramas que permitieron a los visitantes sentirse en casa aunque no dominaran nuestro idioma.

Varios diseñadores del Programa de Identidad Olímpica trabajaron en la formación de símbolos para indicar las manifestaciones e instalaciones de los programas artístico y cultural. La Identidad Olímpica fue claramente establecida en la ciudad sede. Cada escenario de competencias, así como las principales arterias del sistema vial olímpico fueron esbozados por el Departamento de Diseño Urbano (Barroso García, Movimiento Olímpico y Diseño, sf).

La gran plaza del Estadio Olímpico fue pintada con el diseño derivado del logotipo, y sirvió para destacar las áreas de acceso. Los símbolos reemplazaron las palabras en los boletos olímpicos y en las vías de acceso, permitiendo a los visitantes de más de 120 países llegar a la hora adecuada y localizar sus asientos por medio de la simbología en las instalaciones.

El sistema gráfico creado para las Olimpiadas de México '68 puede ser considerado como uno de los más exitosos en lo que a innovación y propuesta visual se refiere, así como también como un eficaz medio de comunicación internacional con un alto valor funcional, ya que prácticamente facilitó la vida de las personas que vivieron inmersas en su entorno durante ese tiempo (González, 2002, p 20).

Como conclusión, podemos deducir que estos medios de comunicación definen al movimiento olímpico moderno. MÉXICO '68 será uno de los procesos de comunicación

* El pueblo huichol o *wirrárica* es uno de los pocos que se han mantenido puros desde antes de la conquista de los españoles. Habitan los estados de Nayarit, Zacatecas y Jalisco.

más importantes para la historia, especialmente de la televisión, por los avances tecnológicos que impactaron enormemente a la población que ahora podía tener acceso a la información generada en el mundo casi instantáneamente.

Por lo anterior, la imagen para las Olimpiadas de México resultó tan impactante. En pleno auge del “arte óptico”, destaca la obra de Lance Wyman para estos Juegos, donde pudo amalgamar los conceptos tradicionales mexicanos con los ideales olímpicos. Al desarrollar símbolos y pictogramas para representar los deportes enfocándose en partes del cuerpo de los atletas, logró superar las barreras del lenguaje de los primeros Juegos Olímpicos que se realizarían en un país hispanoparlante.

El diseño fue, pues, el catalizador que permitió que, a 39 años de la histórica clausura de los XIX Juegos Olímpicos de MÉXICO '68, el 27 de octubre de ese año, éstos sigan siendo un punto de referencia obligado para todos aquellos que intervienen en el movimiento olímpico y para quienes vivieron y siguen viviendo éstas Olimpiadas.

Subsecuentemente, la mayoría de las carreras de diseño gráfico en las diferentes universidades surgió en las escuelas de arquitectura, salvo en la UNAM y el INBA. En 1971 se hicieron reformas en la ENAP (Escuela Nacional de Artes Plásticas) y se creó la licenciatura en artes visuales.

En agosto de 1972, la Universidad de Monterrey abrió su licenciatura en diseño gráfico, que fue la primera con validez oficial. En 1973 la UNAM creó dos carreras, una de diseño gráfico y otra de comunicación gráfica dando pie a conjeturas y controversias en la diferencia que existía en ambas carreras. En 1995 se fusionaron en la carrera de diseño de la comunicación visual.

Se usan nombres alternativos pero básicamente es la misma carrera, diseño de la comunicación gráfica (UAM) diseño para la comunicación gráfica (U de G), diseño de la información (UDLA), pero la mayoría de las escuelas prefiere llamarla diseño gráfico.

En 1988 se reunieron representantes de las diferentes universidades en la Ibero, para conmemorar el XX aniversario de la carrera. Todos coincidieron en varios problemas

comunes, como la amplia oferta educativa, las diferencias entre los planes de estudio y el cambio teórico y tecnológico.

Se cree que en el año 2000, México contaba con alrededor de 150 escuelas que imparten la licenciatura de diseño gráfico, así como incontables son los lugares donde existen carreras técnicas y cursos de computación con paquetería aplicada al diseño, lo que distorsiona la formalidad de la carrera así como su calidad y profesionalismo.

Actualmente se cuenta con comités de acreditación (Consejo Mexicano para la Acreditación de Programas de Diseño, COMAPROD), la cual supone la existencia de un conjunto de criterios mínimos o “debes” que las escuelas deben cumplir necesariamente y de ésta manera pertenecer a las instituciones que ofrecen la mejor calidad educativa. Aún así, la mayoría de los maestros no tiene estudios formales sobre didáctica y pedagogía, mucho menos en educación.

4.3 El diseño gráfico y su enseñanza

Los diseñadores gráficos viven su vida preocupados por resolver problemas concretos, y es raro que se detengan a pensar ¿qué es el diseño?; simplemente lo ejercen. Sin embargo, persiste una especie de intranquilidad, de angustia, de insatisfacción espiritual cuando los diseñadores tienen que definir su propia labor.

Básicamente, el diseño es lo que hacen los diseñadores cuando diseñan. Pero, para que haya diseño es imprescindible que alguien lo pida, y podríamos afirmar que la tarea de los diseñadores presenta un grado de singularidad y permanencia en el tiempo suficientes como para tener una denominación propia.

De igual forma, dentro de los que ejercen esta profesión se encuentran individuos de diferentes ideologías, diferentes religiones y condiciones socio económicas muy variadas, pero eso no altera en absoluto el carácter intrínseco del diseño, y eso es, comunicar mensajes gráficamente.

Sin embargo, dentro del diseño mismo, existen diferentes disciplinas, y ejemplificando esto de una manera comprensible, podríamos decir que un diseñador de joyería no está capacitado para realizar el diseño editorial de un libro. Cada una de las grandes

diferencias en el diseño tiene un espacio laboral propio: la producción de objetos de uso, la moda, una identidad corporativa, etc.

Pero, podríamos hacernos la siguiente pregunta: ¿en que se parecen todos los tipos de diseñadores, de todas las diferentes ramas, clases sociales, ideologías etc., cuando diseñan? No basta con observar las diferencias, ya que en la mayoría de los casos éstas son obvias, pero sería mejor encontrar algunas cosas en común:

- Lo que define el acto de diseñar, no puede basarse en el producto final.
- El acto de diseñar no se basa en la finalidad social del producto.
- El acto de diseñar no puede basarse en el tipo de contrato que se maneja al pedir el trabajo de diseño.
- El acto de diseñar no puede basarse en el proceso de trabajo.

Sin embargo, existe algo en común en todos los diseñadores y es el proceso con que inicia, y esto se refiere a que antes siquiera de empezar a diseñar, el producto está siendo planeado e investigado por el diseñador mismo. Este proceso tiene como principal objetivo definir las características finales del producto mucho antes de su entrega, venta o distribución.

Por supuesto podríamos afirmar que el diseño ha existido siempre en la historia humana, y que con el paso del tiempo fue constituyéndose como una actividad para dar identidad y satisfacer necesidades propias en el modo de la producción, comercialización y consumo de productos diversos.

Y, según Raúl Belluccia, el diseño podría definirse como: el servicio a terceros cuya especialidad consiste en determinar, anticipadamente a su realización, las características finales de un artefacto y su modo de producción, para que cumpla con una serie de requisitos definidos de antemano; funcionales, formales, estéticos, simbólicos, informativos, identificadores, materiales, ergonómicos, persuasivos, económicos, etc. (Belluccia, 2007, p26).

Todo diseño es en realidad un proceso de decisiones, dentro de las cuales se encuentran en primer término, el objeto a diseñarse, y posteriormente su función y repercusión social, tomando en cuenta por supuesto el destinatario final, el cual puede ser todo un país, o un número exclusivo de personas.

Asimismo, es muy importante recalcar que el diseño no es creado para satisfacción propia del diseñador, sino del que se lo encarga. El diseñador necesita de alguien que lo convoque, que necesite de sus servicios profesionales y requiere un trabajo con objetivos específicos. Toda persona que necesita de un diseño, necesita alguien que se lo haga, y si no hay la primera, por lo tanto no habrá ninguna necesidad que cubrir.

El diseñador debe mantener siempre una ética profesional, debe poner todo su empeño y capacidad para solucionar el problema planteado y no otro. Es muy grande la aportación que pueden hacer los diseñadores al bienestar social, pero obviamente no está en manos del diseño que esto se cumpla en su totalidad.

Se puede describir al diseño como una actividad racional, eficaz y planificadora; no deja las cosas al azar y favorece el día a día embelleciendo y haciendo más amable la vida de las personas.

Tristemente, el diseño muchas veces va ligado al desarrollo y evolución de los países. Ciudades como Nueva York, Barcelona, Estocolmo, por mencionar sólo algunas, son valoradas estéticamente porque simplemente no se visualizarían sin esa “cultura de diseño”. Paradójicamente, hoy en día el diseño es utilizado de una forma masiva en el mundo, ya que los mensajes y los objetos son diseñados aún antes de su producción.

Hoy en día, como ya se ha mencionado en este trabajo de investigación, existen cientos de escuelas de donde egresan diseñadores de todos los rubros: gráficos, industriales, de modas, de interiores, de objetos, etcétera, y es importante hacernos la siguiente pregunta: ¿habrá trabajo para todos los que se reciban?

En primer lugar, el diseñador, para obtener un trabajo, necesita que otro lo necesite. Y es muy importante que un diseñador que quiera hacerse de un nombre y mantener en primera instancia su trabajo, se esfuerce por comprender la necesidad de su cliente.

Un diseñador al realizar diversos trabajos nunca se estanca, siempre tiene algo nuevo en donde plasmar sus ideas, pero sería una falacia pensar que el trabajo de un diseñador siempre es fácil y divertido. Es muy satisfactorio llegar a la buena solución de un problema de comunicación visual, pero el trabajo es duro, difícil y arduo.

Se sabe que un diseñador debe ser una persona creativa e innovadora, y una de sus principales virtudes es darle a sus proyectos el valor agregado de la originalidad, siempre y cuando sea la mejor solución al problema en cuestión. Pero debemos ser objetivos, y pensar que no toda innovación es positiva.

Un ejemplo concreto, hablando del diseño de muebles, puede haber una gran innovación en su diseño, pero al final son incomodísimos. Un cartel, innovador en sus colores, en su composición tipográfica, puede ser muy moderno, totalmente diferente, pero carecer de legibilidad y por lo tanto, si no comunica el mensaje, no sirve.

Los diseñadores gráficos son expertos en transmitir mensajes ya que son especialistas en los códigos de la comunicación. Y se conoce, que el buen diseñador sabe que todo código se basa en acuerdos y convenciones previos al mensaje. Es por eso que los códigos que utiliza el diseñador o emisor del mensaje, deben ser comprendidos y conocidos por quien recibe el mensaje, o receptor. Sin embargo, es muy común escuchar en las escuelas de diseño, a profesores que incitan a sus alumnos a “romper los códigos”, o sea, mandar a un segundo plano la verdadera intención del mensaje: la comunicación.

Por supuesto es importante que los estudiantes de diseño sustenten sus contenidos en las teorías de diseño que están vinculadas con el análisis de los mensajes dentro del entorno social. Diseñar es la capacidad productiva de definir los aspectos formales de un mensaje y que éste llegue de la mejor manera posible al receptor indicado. En pocas palabras diseñar es un oficio, y si bien es importante aprender las bases teóricas, la mejor forma de aprenderlo es diseñando.

Un buen diseñador siente un compromiso social de comunicar eficazmente los mensajes visuales, siente un respeto por la historia visual y una preocupación por la cultura gráfica y la cultura en general.

El objetivo principal de las escuelas de diseño es darles a los alumnos las herramientas necesarias para que sepan crear mensajes visuales que comuniquen de una forma efectiva. Las soluciones de diseño son aplicadas a casos únicos, y los problemas deben ser resueltos de manera individual, en el preciso momento que se necesita.

Los diseñadores deben preocuparse por su nivel de calidad gráfica, y esto no se aprende a la ligera, sino a base de trabajo y un largo camino recorrido. Y no existen reglas ni teorías que nos den la receta de cómo dar a un trabajo esa cualidad.

Belluccia (2007, p. 79) sostiene que “Un maestro de diseño tiene la obligación intelectual de explicar a los alumnos por qué en esta sociedad hay quienes compran diseño y con qué fines lo hacen... está obligado moralmente a contar lo que sabe y no solamente a enseñar a producir, en abstracto, mensajes diseñados”.

Las escuelas de diseño deben enfocar la mayor parte de su esfuerzo a enseñar el oficio de diseñar por medio de la práctica, hacer hincapié en la importancia de ser traductores visuales a la hora de solucionar gráficamente un mensaje. Es por eso que los mejores candidatos a transmitir esos conocimientos, son los mismos diseñadores.

Pero, dentro de la enseñanza misma, es preciso plantearles a los alumnos la parte objetiva del trabajo real, lo concreto, como el objetivo principal del mensaje, a quién va dirigido, en qué contexto se desarrolla, etc., y con una investigación previa, se le dará al estudiante la libertad de solucionar de la forma más creativa y contundente el problema de diseño que se le presenta.

Y hablando de creatividad, es relevante hacer ver a los alumnos que el ser original e innovador es muy importante, pero no debe sobrepasar el objetivo principal del mensaje, lo que queremos transmitir y de qué forma. Se vale romper los códigos y tal vez doblar algunas reglas, pero para eso, es importante primero conocerlas, y sobre todo no perder la perspectiva en cuanto a lo que hacemos como diseñadores gráficos.

Analizando lo anterior podemos asegurar que en general no existe el buen diseño, ya que éste depende del objetivo y el contexto en que se presente, de ahí que un diseño puede ser excelente para un trabajo, y éste mismo puede no servir para otro. El diseñador gráfico nunca es el dueño de los mensajes que transmite, sino es el que interpreta y traduce el mensaje que su cliente quiere comunicar.

Los estudiantes de diseño deben aprender en base a la experiencia, y aunque no siempre es fácil conseguir que trabajen en casos reales, su ejercicio debe siempre acercarse a la realidad.

Una forma muy práctica en el aprendizaje significativo en los alumnos de diseño es lo que podríamos llamar “rediseño”, y aquí se pueden mencionar muchísimas opciones: carteles, folletos, logotipos, manuales, discos, revistas, portadas y un sinnúmero de cosas que a criterio del docente se pueden mejorar.

Es importante que al terminar cada ejercicio de diseño, el alumno sea evaluado por el docente en su desempeño y trabajo final, para esto el maestro debe dar al inicio de cada proyecto los lineamientos, bases y objetivos del trabajo a realizar, ya que sin estos parámetros los estudiantes no sabrán concretamente qué pueden esperar de la evaluación. Con instrucciones claras el estudiante podrá dar seguimiento al proceso de una manera eficaz y metodológica.

Raúl Belluccia nos apunta claramente que “los ejercicios de diseño tienen como finalidad esencial enseñar el oficio a los estudiantes y deben programarse atendiendo a esa necesidad” (2007, p97).

4.4 La enseñanza del diseño en México

Como ya se mencionó en uno de los puntos anteriores, actualmente, existen numerosas universidades que imparten la carrera de diseño gráfico en México, pero desgraciadamente, lejos de haber alcanzado una estandarización en los procesos de enseñanza, hay instituciones que prefieren la cantidad y no la calidad en cuanto a sus egresados.

Al transmitir los conocimientos académicos a nuestros alumnos, muchas veces no tomamos en cuenta cuestiones esenciales vinculadas a cuestiones pedagógicas, a didácticas específicas que son una parte vital en el proceso de enseñanza – aprendizaje, y la formación del alumno como persona integral y responsable con su entorno.

Vale citar el pensamiento de Juan Carlos Tedesco, (2005, p.31) cuando define las cuatro competencias de los trabajadores simbólicos (diseñadores, ingenieros, científicos e investigadores, etc.) como "un conjunto muy importante de objetivos educativos que, en muchos sentidos, difieren o desafían las prácticas pedagógicas tradicionales" Estas cuatro competencias son:

- **la capacidad de abstracción**" Es necesario ser capaz de descubrir los patrones

que ordenan los datos y las informaciones"

- **el pensamiento sistémico** "Además de enseñar cómo resolver un problema, los alumnos deberían ser entrenados para analizar por qué se ha producido el problema y cómo se relaciona con otros problemas existentes o potenciales"
- **la experimentación** "Los alumnos aprenden a aceptar la responsabilidad de su propio aprendizaje, cualidad necesaria para desempeños que exigen la reconversión permanente"
- **la capacidad del trabajo en equipo** "En lugar de educar para la competencia individual, este tipo de desempeño exige poner el énfasis en el aprendizaje grupal"

Todo esto nos hace ver las carencias que existen en la impartición de clases en las universidades en la carrera de diseño.

Lo que va más allá de la problemática pedagógica es que no son suficientes las mejores intenciones ni los objetivos que se quieran alcanzar, por falta de una metodología adecuada. ¿Por qué es tan difícil llevar un método constante que ayude a los alumnos a seguir los lineamientos en la universidad, de una manera creativa?

Es preciso ahondar en este tema para llegar a la médula del problema; convertir las aulas en talleres de creación, donde no solo existen las mejores intenciones, sino que por medio de la práctica y el conocimiento, y una disciplina bien sostenida, se logren cumplir los objetivos de enseñanza que tanto estamos buscando.

Norberto Cháves, en una conferencia en la Habana en 1999, en un Encuentro de Diseño, argumenta sobre la enseñanza del diseño: La primera distorsión en la problemática académica del diseño –y de cualquier proceso de formación superior- es el protagonismo abusivo de la acción docente, sus métodos, técnicas y planes pedagógicos. Tal tendencia constituye una desviación en la medida en que no presta atención sobre uno de los medios (la docencia) y elude u olvida la verdadera meta (el aprendizaje).

En esta compulsión pedagógica, el docente desdeña el eje troncal de la experiencia; el desarrollo de capacidades autónomas del aprendiz adulto, o sea, responsable con metas propias y conscientes.

Antonio Rivera, diseñador y catedrático universitario con una gran trayectoria, considera que el diálogo, el intercambio de creencias mediado por el lenguaje, es la mejor vía para

el aprendizaje. El iniciar discusiones en la enseñanza del diseño es fundamental para establecer los criterios que nos permitirán proponer las características que deben poseer los argumentos expresados por los alumnos y los maestros dentro del taller (Rivera, 2004, p. 27).

Toda discusión debe partir de una cuestión, lo cual se define como cualquier argumento que genera desacuerdo o controversia dentro de un grupo humano.

Es importante incitar al alumno a cuestionar los planteamientos de diseño y de esa forma llegar a soluciones adecuadas. La enseñanza del diseño debe darse por medio de la solución de problemas. Y por ende, a la motivación del alumno a seguir aprendiendo.

4.5 El diseño en la actualidad

La palabra diseño procede del latín *designare* que significa marcar, señalar para un determinado fin: designar. De ésta forma puede señalarse que el diseño es un proceso que sirve para transmitir algo con un fin determinado.

El diseño hecho para los ojos constituye, hoy, el medio fundamental de la comunicación social. Su designio más noble es trabajar para mejorar nuestro entorno visual, hacer el mundo inteligible y aumentar la calidad de vida; aportar informaciones y mejorar las cosas; difundir las causas cívicas y de interés colectivo y la cultura. Su especificidad como disciplina es transmitir «sensaciones, emociones, informaciones y conocimiento».

Pero el diseño puede llegar a tornarse frívolo en cierta forma, ser un vehículo para el consumismo y la adquisición de bienes innecesarios y superfluos fomentando gastos en economías reducidas y contaminando el entorno urbano.

Es por esta ambivalencia del diseño como herramienta privilegiada de comunicación (para bien y para mal), que su ejercicio conlleva tantas implicaciones: económicas, políticas, técnicas, culturales, sociales y éticas. El grafismo está ligado a la industria y al comercio, y por tanto a la economía; a los medios audiovisuales, la cultura, y asimismo a la política; al marketing y al consumo; a la estética y la semiótica; a la ciencia de la comunicación y, por eso mismo, a las ciencias humanas y a las nuevas tecnologías.

Es importante que el lenguaje comunicacional del diseñador sea el idóneo para los mensajes que quiere transmitir, y no envolver o seducir a un público con falsas

expectativas simplemente por vender o conseguir adeptos cuando de ideologías se trata. Es ahí donde entra la ética del diseñador, que debe enfocarse a hacer un bien a la sociedad con sus mensajes visuales de persuasión.

Sería utópico pensar que el diseño salvará al mundo de la pérdida de valores o calidad humana, pero es innegable que su contribución por medio de la comunicación visual, puede abrir los ojos a la sociedad y crear una conciencia para mejorar sus actitudes en todos los ámbitos de su desarrollo.

Actualmente, con la llegada abrumadora de los avances tecnológicos, los diseñadores nos imaginamos capaces de hacerlo todo teniendo como soporte el *software* al que creemos infalible. Como apunta Neville Brody, diseñador británico:

Estamos tan obsesionados con la Red y la tecnología que nos olvidamos del mensaje ..., somos emisores y receptores, lo cual sitúa al profesional de diseño en un lugar terrenal, asumiendo su responsabilidad y siendo consciente de su pertenencia en una sociedad. (Revista Eye, nº 29, 1998:10)

Es muy importante considerar que en la actualidad los programas académicos formadores de los comunicadores gráficos deben ser actualizados para incluir diversos aspectos de responsabilidad social, y así con conocimientos específicos poder enfrentar los nuevos retos de la actual crisis ambiental.

“Las cuestiones ecológicas y sociales están cobrando más importancia que nunca antes y un nuevo papel vital se está abriendo para el diseño, ...productos que se ven bellos tienen una fealdad subyacente. Tenemos que revelar todos esos impactos ambientales y sociales escondidos y crear productos que tengan una belleza total. Estos nuevos productos también conocidos como productos sustentables. Un producto sustentable, bello en su totalidad, es 100% cíclico, solar y seguro. También es súper eficiente en su empleo de los materiales y de la energía y se fabrica en una compañía que busca de manera activa la equidad para sus empleados y proveedores” (Datschefski, México, 2002).

4.6 El concepto de creatividad

La creatividad es más que ser simplemente diferente. Cualquiera puede hacer extravagancias, eso es fácil. Lo difícil es ser tan simple como Bach. *Charles Mingus*.

Muchas veces como adultos pensamos que la creatividad no se puede fomentar ya que es una característica del ser humano innata y por lo tanto imposible de desarrollar si no se nace con ella.

Lo que deberíamos cuestionarnos es, ¿en que momento de la vida el ser humano pierde esa capacidad creativa? Todos reconocemos que los niños pequeños, desde que empiezan a tener conciencia de ser personas independientes, poseen una enorme creatividad para resolver los problemas que van enfrentando en la vida cotidiana. De igual forma, sus inquietudes y capacidad de investigar cualquier cosa nueva está llena de inventivas que muchas veces los meten en problemas.

Desgraciadamente, la mayoría de las veces la creatividad de los niños se reprime en el hogar y en la escuela, donde los niños son obligados a pensar de la manera que los adultos quieren que piensen. La creatividad está encadenada por restricciones autoimpuestas. Por tanto, la clave para librarla es desarrollar una habilidad para identificar dichas restricciones y deliberadamente eliminarlas. No es suficiente estar consciente de que las restricciones impuestas son las que obstruyen la solución creativa de los problemas (Ackoff, 2002, p.22).

Existen varias definiciones de creatividad: “La creatividad es un proceso que se desarrolla en el tiempo y que se caracteriza por la originalidad, por la adaptabilidad y por sus posibilidades de realización concreta. Creatividad es la capacidad de producir cosas nuevas y valiosas” (Merani, 1982).

“La creatividad es el pensamiento abierto divergente siempre pronto para imaginar cosas y soluciones en gran variedad.” (Rodríguez, 1999).

“Creatividad es la capacidad de un cerebro para llegar a conclusiones nuevas y resolver problemas en una forma original” (Sefchovich, 1987, p.23).

Etimológicamente, el término “creatividad” se podría describir de la siguiente forma:

La palabra se deriva del latín ‘creare’ y está emparentada con la voz latina ‘crecere’ (crecer). Es interesante ver el entorno lingüístico en que aparece el concepto: en el Génesis del Antiguo Testamento leemos que Dios creó el cielo y la tierra de la nada (San Agustín, De civ, dei, 22,14: ‘qui creavit concta de nihilo’). Por lo tanto, creatividad significa etimológicamente, “crear de la nada”, tener una idea nueva que a nadie se le había ocurrido antes.

El tema de la creatividad ha sido abordado desde diferentes áreas a partir de finales del siglo XIX, y se puede decir que los primeros estudios que se aproximaron a incursionar sobre este tema fueron realizados por Galton (1869) que estudió a los hombres dotados de genialidad. En ese momento se plantea una concepción hereditaria de la creatividad desde la que se considera que los individuos dotados poseen cierta cualidad indefinible que da cuenta de cómo alcanzar las grandes cosas que hacen. Esta interpretación de la creatividad estuvo en parte mediada por las corrientes de la psicología que predominaban en aquel momento.

No obstante, a principios de siglo XX otros investigadores (Ribot, 1901) observan que la creatividad no es exclusiva de los genios ni de las personas excepcionalmente dotadas, estando presente en todas las personas aunque con distinto grado de intensidad y aplicación.

Así, frente a las primeras ideas de la herencia del genio, algunos autores a principios de siglo subrayan la universalidad de la creatividad y la posibilidad de estimularla. Los trabajos de Guilford (1950) sientan las bases de un creciente interés por el estudio de la creatividad, superando la idea del genio y favoreciendo una concepción factorial de la creatividad. A partir de este momento surge una gran actividad investigadora sobre el tema, formulándose diferentes explicaciones teóricas sobre el origen y desarrollo de la creatividad (Garaigordobil, sf).

Howard Gardner (1988), psicólogo norteamericano, dice que el individuo creativo es una persona que resuelve problemas con regularidad, elabora productos o define cuestiones nuevas en un campo, de un modo que al principio es considerado nuevo, pero que al final llega a ser aceptado en un contexto cultural concreto.

Gardner considera la creatividad como un fenómeno multidisciplinario, que no se presta al abordaje desde una disciplina como se ha hecho hasta ahora. Esta afirmación se basa en que la creatividad es un fenómeno polisémico y multifuncional aunque Gardner reconoce que a causa de su propia formación parece inevitable que en su estudio de la creatividad, ponga el mayor énfasis en los factores personales y haga uso de las perspectivas biológica, epistemológica y sociológica para hacer un abordaje de conjunto.

El sistema de Gardner tiene tres elementos centrales cuyos "nodos" son:

- Individuo: El citado autor diferencia el mundo del niño dotado -pero aún sin formar- y la esfera del ser adulto, ya seguro de sí mismo. Le confiere importancia a la sensibilidad para con los modos en que el creador hace uso de la cosmovisión de niño pequeño.
- Trabajo: Alude a los campos o disciplinas en que cada creador trabaja; los sistemas simbólicos que usa habitualmente, revisa, o inventa otros nuevos.
- Las otras personas: Considera también la relación entre el individuo y otras personas de su mundo. Aunque algunos creadores, se cree que trabajan en aislamiento, siempre la presencia de otras personas es fundamental; estudia la familia y los profesores, en el período de formación, así como los que han apoyado o han rivalizado en los momentos de avance creativo.

En su libro *Mentes creativas* (Gardner, 1995) aborda, como un científico social, la vida y obra de siete "maestros creativos modernos". Cada uno de los elegidos representa a uno de los tipos de inteligencia por él presentadas. Gardner afirma que las soluciones creativas a los problemas se dan con mayor frecuencia si los individuos se dedican a una actividad por puro placer que cuando lo hacen por recompensas o por exigencias exteriores. El saber que uno será juzgado como creativo, limita las posibilidades creativas.

La creatividad es una habilidad personal del individuo, por esta razón, no todos los seres humanos la tenemos igualmente desarrollada. La existencia de variables que intervienen en el proceso creativo explica esta situación. Atendiendo al proceso creador se pueden distinguir factores cognitivos, afectivos y ambientales; los programas de entrenamiento de la creatividad están basados en su mayoría en los hallazgos hechos en ésta área de estudio.

En realidad, no es fácil hacer una definición universal sobre el concepto de creatividad ya que esto es sumamente complejo y se puede decir que está ligada a la inspiración, la expresión artística, la comunicación visual entre otras áreas. Pero de igual forma se puede extender a la educación, el comportamiento personal y los movimientos sociales. Se puede ser creativo en todos los ámbitos del desarrollo personal y las profesiones.

En síntesis, la creatividad no es más que una forma diferente de llegar a solucionar un problema de manera novedosa siguiendo determinados pasos o métodos. Significa adaptación, imaginación, libertad interior, evolución, originalidad, etc. Pero para poder llegar a ser creativos, es necesario comprender a fondo el problema que se quiere solucionar, en cualquier ámbito y con cualquier herramienta.

4.6.1 La creatividad en el diseñador

El Dr. Rodríguez Estrada (1987, pp. 59-64) hace referencia a las características de la personalidad creativa:

Características Cognitivas.

- Fineza de percepción.
- Capacidad Intuitiva.
- Imaginación.
- Capacidad Crítica.
- Curiosidad Intelectual.

Características afectivas.

- Soltura y Libertad.
- Entusiasmo.
- Profundidad.
- Tenacidad.

Éstos se describen a grandes rasgos por sí solos y varían de una persona a otra, pero considero que son características y habilidades que se pueden llegar a desarrollar.

El trabajo del diseñador no hará un mundo perfecto, pero puede mejorarlo. Y hablando de creatividad, y de ideas creativas, se puede cambiar una pequeña parte de él. La creatividad surge de la necesidad, de los problemas y el ingenio para llegar a una solución innovadora, ante cualquier dificultad.

Pongamos el caso de Alex Steinweiss (López Medel, sf) quien fue un diseñador desconocido, pero su gran invención fue: las portadas de discos.

En 1939, Steinweiss trabajaba como dibujante publicista para Columbia Records, en una época en que las portadas de discos de 78 revoluciones por minuto eran simples fundas de cartón sin adornos. Él pensó que sería buena idea adornar las carátulas con ilustraciones y motivos que reflejaran el espíritu de la música que contenían los discos.

Tuvo problemas con su director ejecutivo, y sólo le permitieron trabajar en las pruebas de sus ideas después de su jornada laboral. Ideó un empaque para los discos de vinilo, un diseño que aún se mantiene vigente. Llenó las portadas con ilustraciones coloridas provocando una explosión en las ventas. El simple rediseño de la Quinta Sinfonía de Beethoven llegó a vender un 894% más, gracias a su portada.

Su influencia marcó el despegue de un sector que ha llegado a convertirse en una fuerza impresionante a nivel mundial, la comercialización de la música, y fue a partir de entonces que los diseños de las portadas de los discos se hayan convertido en un referente cultural y estético para millones de personas.

La fecha exacta en la que nació oficialmente el diseño discográfico, no se conoce. Pero eso es realmente irrelevante. Lo innovador radica en el hecho de que Steinweiss fue el primero en aplicar una forma de pensar creativa y artística a un campo hasta entonces poco explotado. En esa época, los discos de vinilo se empacaban simplemente en papel de estraza, liso, de colores planos, con letras doradas o plateadas en el lomo.

El único elemento de diseño, tipográfico en este caso, era el título del disco, normalmente en una superficie cuadrada en el centro del soporte. No es raro suponer que no existían en esa época, tiendas dedicadas exclusivamente a la venta de discos; éstos se comercializaban promocionando los aparatos gramófonos y las compañías de discos, pero sin sus títulos en particular.

Con el paso del tiempo y gracias a ésta innovación creativa, el diseño gráfico aplicado a las portadas de discos se convertiría en un vehículo publicitario para las compañías discográficas. El secreto de Steinweiss fue aplicar el lenguaje gráfico a un campo totalmente carente de tratamiento visual.

Él propuso interpretar de una forma diferente la concepción de las cubiertas de los discos. Patentó una tipografía, la “Steinweiss Scrawl”, característica en sus diseños, creada en 1939 y más tarde comprada por Photolettering para su comercialización.

La importancia de la innovación de Steinweiss radica en que hizo propia una forma nueva de entender la portada del disco como un reflejo de la música que llevaba dentro. Era impensable en esa época atreverse con ingenio y visión, a utilizar los elementos de diseño gráfico como herramientas creativas al servicio de la industria discográfica.

La explosión de la música popular, así como se encuentra actualmente, con cientos de miles de títulos editados en todo el mundo, no hubiera sido posible sin una concepción de mercado y producto como la que propuso Steinweiss en 1939.

Este es sólo un ejemplo de creatividad innovadora llevada a la práctica. Y si esta habilidad no se ejercita, ya sea por miedo a las críticas o por inseguridad, el diseñador terminará entregando un trabajo ordinario que se quede en uno más del montón. Es importante no perder la objetividad en el trabajo del diseñador, ya que, como lo hemos recalcado, su función es la de solucionar problemas de comunicación visual por medio de mensajes gráficos, y muchas veces se mal interpreta el sentido de creatividad en la realización de mensajes llamativos pero totalmente ilegibles.

Considero que el fomentar la creatividad en los diseñadores debe ser un trabajo desde su formación universitaria, si es que de alguna manera estuvo coartada por la educación previa, ya que en escuelas de enseñanza media y media superior muy estrictas, se pretende dominar a los alumnos para que no se salgan de los programas académicos y puedan pensar de forma “diferente” a la establecida. Aunque es muy importante resaltar que el ser diferente no es lo mismo que ir en contra, conceptos mal interpretados por muchos profesores chapados a la antigua.

La fuerza creativa y de intercambio dentro de un grupo universitario, en la que la educación sea un espacio donde el alumno esté inserto en un proceso en común, debe ser un agente favorecedor dentro de su propio aprendizaje. En este sentido, al hablar de creatividad, hacemos referencia a la capacidad que tiene, tanto el ser humano a nivel individual como a nivel socio grupal, de configurar realidades ya existentes, es decir, el tratamiento novedoso y original de los elementos que la experiencia nos proporciona. Sólo se puede hablar de creatividad en términos de utilidad y de contacto con la realidad (López Noguero, 2007, p. 103).

La creatividad, entonces, debe fomentarse a partir de la práctica, y no ajena a ella, y hemos constatado en los estudiantes de diseño que uno de los principales factores que inhiben esa fuerza creadora, esa represión a la espontaneidad es la inseguridad. Muchos diseñadores prefieren la comodidad del camino conocido, aferrándose a esa seguridad de lo tradicional. Para ser creativo se necesita estar abierto a las posibilidades de fracasar una y otra vez, pero sabiendo que al final se logrará el objetivo deseado.

Gardner escribe que las personas que son creativas toman oportunidades, asumen riesgos, no tienen miedo a caerse y son ellas mismas las que se levantan y se preguntan: ¿qué puedo aprender de esto?.

Ser creativo no implica dejar a un lado la intencionalidad del mensaje o su objetivo de comunicación. Si un mensaje debe ser traducido por el receptor, significa que algo está fallando, que no funciona, que hay que analizar su contenido para que solucione el problema originalmente planteado. La creatividad implica originalidad, salirse de los parámetros de lo conocido, pero siguiendo las reglas de composición en las que la intención es lo principal.

La capacidad de diseñar procede de una fusión de técnicas, saberes, comprensión e imaginación, consolidados por la experiencia. Pero el daño causado por la utilización de conocimientos sin comprenderlos totalmente es real. Incluso el criterio, esa sabia y vieja palabra, se vuelve pesadamente inhumana a no ser que se vea fertilizada por alguna clase de espontaneidad creativa (Potter, 1999, p. 27).

Howard Gardner, el psicólogo de la Universidad de Harvard cuya fama se asocia con su

teoría de las "inteligencias múltiples", acaba de publicar un libro – *Five Minds for the Future*- que bien puede contribuir a la realización de este trabajo.

Plantea ahí que en el futuro las personas necesitarán desplegar cinco capacidades fundamentales, o tipos de mentes como él las llama, que las habilitarían para hacer frente a actividades previsibles y, también, a lo inesperado. ¿Cuáles son?

- Primero, una mente **disciplinada**, en el doble sentido de esta palabra: que trabaja ordenadamente haciendo posible la adquisición de nuevas comprensiones y destrezas por un lado y, por el otro, que se halla formada en un modo distintivo de cognición característico de una disciplina académica, un oficio o una profesión.
- Segundo, una mente **sintetizadora**, capaz de extraer información de múltiples y disímiles fuentes, entenderla y evaluarla objetivamente, organizándola de una forma tal que haga sentido para el propio sujeto y para otros.
- Tercero, una mente **creativa**, en condiciones de proponer nuevas ideas, formular preguntas no triviales, desarrollar formas innovadoras de pensamiento y arribar a respuestas inusuales.
- Cuarto, una mente **respetuosa** de las diferencias individuales, grupales y de culturas; abierta por tanto a los otros, capaz de apreciar la diversidad y de trabajar con, y en medio de, ella.
- Quinto, una mente **ética**; es decir, dispuesta a considerar las necesidades de la comunidad e integrarse a la polis y de asumir derechos, obligaciones y responsabilidades en diversos contextos de interacción.

Con lo anteriormente señalado, concluyo que su propuesta no se remonta únicamente a la enseñanza académica, sino a un estilo de vida, que ayudará a los alumnos a cultivarse y ampliar sus capacidades personales, para afrontar los retos competitivos de nuestro mundo globalizado.

4.6.2 De la creatividad a la creación

Hay un lugar, un espacio, quizás un tiempo, difícil de describir, donde ocurre el proceso creativo. Comienza en un hueco, con algo que se hace con las manos, que buscan la aceptación del ojo, hasta que todo el cuerpo está en el agujero. Son palabras expresadas

por Rubén Cherny, Arquitecto, graduado en la Universidad de Buenos Aires, docente de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires.

Pero, muchas veces podemos ser muy creativos y tener un cúmulo de ideas pensadas que sentimos nos harán romper paradigmas y llegar a la fama, y a la hora de sentarnos a concretar esas ideas, ya sea en el papel o en la computadora, no sabemos ni por donde comenzar.

Es importante considerar varios factores para llegar a la solución de un problema de manera creativa (ya sea de diseño o de cualquier tipo), probando diversos e innovadores caminos para llegar al mejor resultado posible.

1. En primer lugar, se debe conocer a fondo el problema por resolver. En el caso del diseño gráfico, hablamos de una comunicación entre un emisor (el comitente que encarga el trabajo de diseño) y un receptor, quien es el destinatario final del producto (mensaje). El diseñador debe comprender a fondo todos los aspectos del objetivo principal del mensaje, para poder interpretarlo, abstraerlo y representarlo, cosa que le llevará a cumplir de la mejor manera sus objetivos.
2. El diseñador debe estar consciente que al enfrentarse con problemas nuevos deberá confrontar obstáculos de diferente índole tratando de resolverlos de la mejor manera, y sobre todo no dejarlos pasar desapercibidos. Muchas veces no les damos la debida importancia, y una pequeña dificultad que es resuelta a tiempo puede llegar a convertirse en un grave problema después.
3. Analizar problemas similares resueltos a lo largo del tiempo. Con esto no estoy diciendo en ningún momento que se permite COPIAR los conceptos, es algo que va totalmente en contra de la ética profesional, simplemente analizar contenidos, qué funciona y qué no, y de ahí concebir una posible solución diferente, alternativa e innovadora.
4. Seguir su propia metodología establecida, que lleve al creador de principio a fin, a lograr sus objetivos de una manera impecable llegando al fin deseado.

Imaginemos los estantes de un supermercado, en donde todas las etiquetas fueran idénticas. En cuanto a color, forma, imagen, tipografía, composición, absolutamente todo

igual en una y otra y otra. Pensemos que a alguien muy osado, innovador y creativo, se le ocurriera cambiar el color en uno de los productos. ¿Qué sucedería?. Automáticamente, éste saltaría a la vista. Dejaría ser uno más de los cientos o miles de productos que se encuentran acomodados en una repisa. ¿Cuál sería la percepción del consumidor? ¿Se cuestionaría en cuanto a esta notable diferencia? Algo similar es el resultado de lo creado por medio de la creatividad.

Es importante señalar que la creatividad y la solución de problemas no son la misma cosa. El visualizar un problema ya es un acto creativo, pero la solución de éste puede ser el resultado de habilidades puramente técnicas. El visualizar va mucho más allá que solucionar. Significa descubrir algo que antes no había sido revelado.

En este acto de darse cuenta, de conciencia, intervienen componentes de actitud, sociales y afectivos. Sin embargo, también participan procesos fisiológicos. La creatividad, por ejemplo tiene un fundamento fisiológico que le explica y, al parecer, está ubicada en el hemisferio derecho. La explicación supone que una de las posibles bases fisiológicas de la creatividad es el "desarrollo de niveles jerárquicos de inclusión, asociados con la actividad de circuitos de convergencia".

Además, se postula que la creatividad, en alguna medida, se relaciona con la comunicación entre los dos hemisferios (Grinberg, 1976, pp.154-155).

4.7 Fomentar la creatividad en la enseñanza del diseño

¿En donde radica uno de los principales problemas de la enseñanza del diseño gráfico? Es una pregunta que me hago a menudo, y tal vez la respuesta depende de muchos factores.

En un artículo que encontré en una página de internet, publicado el 30 de enero de 2007, pero sin mencionar al autor, se abordan algunos puntos de vista que yo comparto:

¿Cuál es la crisis actual en la enseñanza del diseño?

- La Carrera de diseño se corrompió y prostituyó
- Diseño es dibujo y pintura, logos y carteles
- Los profesores son artistas y pintores
- Los estudiantes dominan la tecnología
- Se habla de deberes y lecciones
- Se habla de exámenes

Cuando...

- Diseño - Empresa es comunicación y marketing
- Los facilitadores deben ser comunicadores y empresarios
- Los estudiantes deben complementar su aprendizaje con la tecnología
- Debe hablarse de proyectos
- Debe hablarse de evaluaciones
- La mejor manera de enfocar un problema es la mejor manera de solucionarlo

Es muy difícil asumir la responsabilidad de la enseñanza del diseño, ya que todos los maestros lo hacemos a nuestra propia manera, pero esa no es justificación para no poder llevar a cabo reglas y lineamientos para que los estudiantes aprendan con óptimos resultados. Uno de los principales problemas que en lo personal considero, es el indiscriminado uso de la tecnología. Muchos alumnos se aterrorizan de pensar que deben iniciar sus proyectos bocetando a mano, con lápiz y papel.

La responsabilidad del docente es la de formar diseñadores de una manera integral, que tengan una visión crítica y sean conscientes de su compromiso social. Sus estrategias deben ser el resultado de una visión compartida sobre la enseñanza del diseño y su vinculación con las necesidades que requiere la sociedad actual. De igual forma, es muy importante establecer los criterios que ayuden a los estudiantes a llevar la teoría a la práctica.

Considero que ese es el objetivo primordial de la universidad. Integrar a los jóvenes universitarios a la problemática de su entorno, conociendo los problemas existentes buscando soluciones prácticas con un guía que los oriente durante el proceso.

El diseño gráfico fomenta las relaciones entre las personas; ayuda a su coexistencia, a la participación integradora y su misma comprensión. El diseñador gráfico es el traductor y simplificador del intercambio de mensajes de la vida en comunidad. Es por eso que con una buena educación académica, el docente debe hacer evidente el contexto en el que se desarrolla el mensaje, lo complejo y multidimensional, para abarcar todos los posibles aspectos del mismo.

Los alumnos deben ser creativos en todo momento, y desarrollar un carácter proactivo, para poder transformar el contexto en el que se encuentren. Pero para esto se requiere comprender el diseño como un proceso, que debe seguir una metodología para vislumbrar los argumentos que se quieren posicionar, llegando a soluciones innovadoras pero convincentes. Se requiere desarrollar una profunda capacidad de análisis y síntesis, en un proceso continuo, que evalúe y seleccione las mejores alternativas para la solución de problemas.

En este contexto es muy importante la discusión en grupo así como la retroalimentación del mismo, ver con ojos críticos pero propositivos las soluciones arrojadas y darles la pauta para llegar a sus propias conclusiones, todo con la ayuda del guía o moderador.

Podemos sintetizar aquí que el diseño gráfico es un acto comunicativo que requiere de un proceso para llegar a una solución óptima, lo cual nos lleva al desarrollo de una actitud flexible en la implementación de metodologías, las cuales integran diferentes disciplinas en las que se aborda la experimentación en diferentes ámbitos de la expresión visual, la creatividad como herramienta clave y sin dejar a un lado la sensibilidad.

Hemos mencionado en varias ocasiones la palabra “proceso” y aquí hago una pausa para hacer hincapié en su significado dentro del contexto del diseño. Según la Real Academia Española, en el Diccionario, segunda edición, las tres primeras definiciones son:

1. Acción de ir hacia delante.
2. Transcurso del tiempo.
3. Conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial.

Tomando en cuenta estas definiciones, podemos comprender la importancia del proceso en la solución de un problema de diseño gráfico. El proceso de diseño estimula un

aprendizaje por medio de descubrimientos, ya que el estudiante “construye un conocimiento ajustado a sus modelos internos y a la vez ajusta éstos a la realidad” (Carruyo, 2001, p.38A).

Es así como el puede aprender mediante “la relación interdependiente de sujeto y objeto, en el contexto de la mediación social, en el cual el sujeto transforma su medio y modifica sus esquemas internos acomodándolos al mismo” (Carruyo, 2001).

Un docente interesado en el aprendizaje significativo de sus alumnos puede llegar a ellos de una manera creativa sin necesidad de inventar el hilo negro. Debe tratar de transmitir confianza desde el primer día de clases, hacerles comprender que no es una enciclopedia y que como cualquier persona, puede cometer errores. Debe saber interactuar y negociar con ellos para lograr las metas deseadas, invitarlos a la investigación conjunta, a la búsqueda del bien común. Esto implica un compromiso real, pero que la mayoría de los estudiantes aceptan y casi podría asegurar, desean.

Otro aspecto que creo que es muy importante en la enseñanza del diseño gráfico, por medio de una vía creativa y que resuelva los problemas visuales de una forma integradora es la interdisciplinariedad. En los diseños curriculares,...la división y clasificación en materias o asignaturas con contenidos aislados, agrupados por disciplinas, solo la establece el hombre como una vía para el estudio y análisis a profundidad de las partes constitutivas que integran esa realidad con el compromiso de integrarlas nuevamente para el análisis de los fenómenos en sí, recuperando de esta forma todos los nexos interdisciplinarios, multidisciplinarios y transdisciplinarios de los mismos (Fernández de Alaiza, 2000, p.8)

La interdisciplinariedad constituye una condición didáctica que en calidad de principio (Leiva Glez, 1990) condiciona el cumplimiento de la científicidad de la enseñanza en tanto se establecen interrelaciones entre las diferentes asignaturas, que se pueden manifestar en las propias relaciones internas de las asignaturas, intermaterias e interciclos. Desde esta concepción la interdisciplinariedad no se reduce al sistema de conocimientos, incluye además un sistema de hábitos, habilidades y capacidades que deben lograrse como resultado del proceso docente educativo.

De acuerdo con la visión ecológica, todos los conceptos y todas las teorías están interconectados, no hay jerarquía de conceptos ni una disciplina más importante que la otra. En consecuencia, se realizan esfuerzos para correlacionar disciplinas, para buscar una axiomática flexible común entre ellas.

La enseñanza está organizada en disciplinas. Una disciplina es una manera de ordenar y delimitar un territorio de trabajo, de concretar la investigación y las experiencias dentro de un determinado ángulo de visión. Cada disciplina nos ofrece una imagen particular de la realidad, es decir, la realidad que entra en el ángulo de visión de su objetivo. Y está constituida por su objeto de estudio, unos marcos conceptuales unos métodos de investigación y unos procedimientos.

El término interdisciplinariedad, empleado en sentido general, significa el establecimiento de relaciones entre disciplinas, relación puesta en evidencia por un procedimiento pedagógico particular. La interdisciplinariedad supone las disciplinas ya constituidas a las que intenta relacionar de manera que respondan a los objetivos de la enseñanza y se usa más bien en los niveles universitarios (Oliva Calvo, sf).

No es posible manejar las diferentes asignaturas en las carreras universitarias de una manera aislada y dispersa. Deben existir conexiones y poder determinar los puentes y enlaces que, si no son un camino fácil, sirven para incursionar en la búsqueda de nuevas alternativas. Lo importante es encontrar la mejor forma de enseñar a aprender, o quizá dicho de una mejor forma, aprender a aprender.

El diseño gráfico ha recorrido un arduo camino a lo largo de su historia profesional, y la formación de diseñadores ha sufrido altas y bajas ya que puede decirse que en nuestra profesión no existe una forma de enseñar a “hacer diseño”.

La educación académica, sin embargo, es sólo el inicio de una educación de diseño, que se desarrolla durante toda la vida profesional del diseñador, quién va aprendiendo sobre la marcha a solucionar problemas de comunicación, con un estilo propio y sobre todo con la convicción de una ética y responsabilidad social.

Debemos considerar que en hoy en día, los programas académicos formadores de los comunicadores gráficos deben ser actualizados para incluir diversos aspectos que antes no se tomaban en cuenta, como la crisis ambiental, la globalización y la responsabilidad en los mensajes, entre otros.

Asimismo, podemos deducir que para llegar a ser creativo en toda la muy amplia extensión de la palabra, y refiriéndonos a todas las profesiones y quehaceres del ser humano, se necesita constancia, perseverancia y seguridad en uno mismo. No basta con darnos a la tarea de solucionar cualquier menester con que nos enfrentemos de una manera ordinaria y conformista. Se requiere insistir y si llegamos a caminos bifurcados, tratar de encontrar el adecuado para llegar a resultados impecables.

Nosotros, como orientadores, debemos siempre predicar con el ejemplo. Que nuestros alumnos se inspiren en nuestro trabajo, en nuestras ganas de dar lo mejor de nosotros mismos, demostrarles que la imaginación no tiene límite. Pero existen circunstancias adversas que en ocasiones no nos permiten dar lo mejor de nosotros mismos. El mundo real actual requiere de personas fuertes, que quieran impulsar al cambio, hacer la diferencia en esta sociedad tan compleja.

Nuestro gran reto es formar ciudadanos comprometidos con su entorno, líderes en los cambios vertiginosos de su comunidad, proactivos y responsables. Diseñadores gráficos que como comunicadores deben poseer un bagaje cultural diverso, múltiples conocimientos técnicos y una gran creatividad que les ayuden como herramientas para poder transmitir mensajes visuales que sirvan para informar, persuadir y educar con un sentido de responsabilidad social para reforzar la comprensión y participación de todos los individuos como sociedad.

El siguiente capítulo, aborda el trabajo de campo en donde el estudiante de diseño se encuentra frente a frente con su entorno, para poner en práctica sus conocimientos y así poder llegar a proponer soluciones gráficas a los problemas de comunicación visual con los que se enfrente. Las experiencias vividas por un grupo de alumnos de la carrera de diseño de la comunicación gráfica, de la Universidad Latina de América, son narradas por ellos mismos, y analizadas minuciosamente para de ahí poder tomar el material necesario para así crear una propuesta de enseñanza-aprendizaje que sustente de una manera contundente, el propósito de este trabajo.

Capítulo 5

Trabajo de campo con un grupo piloto de la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica de la Universidad Latina de América.

Introducción

En todo proceso de investigación, se requieren elementos importantes que son determinantes para el óptimo resultado de la misma, como la definición correcta del problema y la identificación del objeto de estudio. El trabajo de campo en este caso en particular, nos sirvió para observar el comportamiento de un grupo piloto que no puede ser analizado en un laboratorio, o en un salón de clases. Nuestro grupo piloto estuvo compuesto por alumnos de diferentes semestres de la carrera de diseño de la comunicación gráfica, de la Universidad Latina de América.

Se aplicó un nuevo método de enseñanza que abarcó diferentes vertientes para la formación del nuevo diseñador gráfico, preparado para enfrentar los problemas con responsabilidad social.

Se tocaron temas diversos:

- Ecología
- Contaminación visual y auditiva
- Las zonas marginadas de las grandes ciudades
- El impacto causado por los mensajes visuales
- La actitud de los jóvenes ante el consumo de alcohol en los lugares nocturnos
- La comunicación masiva ante una epidemia de salud

El método utilizado por los alumnos fue el de investigación acción, y aquí es importante hacer hincapié en un detalle importante. El grupo se enfocó en investigar los diferentes temas con lecturas previas, y durante las visitas a los diferentes lugares, cuestionando y observando. La acción como tal no fue llevada a cabo, ya que no se contaba con disponibilidad en cuanto a tiempo y recursos; pero la acción o las acciones se llevaron a cabo de manera teórica, con sus propuestas y debates, y las opiniones con las que expresan las posibles soluciones a los problemas a los cuales se enfrentaron. En este

capítulo presentamos las actividades y sus características, el análisis de las mismas, así como las conclusiones de los alumnos de una manera detallada.

Según Kurt Lewin, filósofo polaco interesado en la investigación de la psicología de los grupos y las relaciones interpersonales, “La investigación acción es una forma de cuestionamiento autoreflexivo, llevada a cabo por los propios participantes en determinadas ocasiones con la finalidad de mejorar la racionalidad y la justicia de situaciones, de la propia práctica social educativa, con el objetivo también de mejorar el conocimiento de dicha práctica y sobre las situaciones en las que la acción se lleva a cabo” (Lewin, 1973, p.201).

Lewin es reconocido como el fundador de la psicología social moderna, y defendió la investigación básica resaltando la aplicación práctica a la solución de problemas. El término “investigación acción” fue expresado y desarrollado por Lewin en varias de sus investigaciones. Actualmente se utiliza en diversos enfoques educativos, dependiendo de la problemática que se quiere tratar.

Es una forma de entender la enseñanza, y no sólo investigando sobre ella, por medio de un proceso de continua búsqueda. Integra la reflexión y el trabajo intelectual en el análisis de las experiencias que se realizan, como elemento esencial de la actividad educativa.

Es una práctica que pretende principalmente optimizar los procesos de enseñanza aprendizaje, lo cual ayudará a los alumnos a llegar a la solución de problemas dentro y fuera del aula, con el profesor como guía, para formar profesionistas capaces de tomar decisiones al enfrentarse a los problemas reales.

Su principal objetivo es la concientización de los alumnos en el proceso social, alentándolos a participar activamente en la solución de problemas específicos, reconociéndolos y estudiándolos, por medio de la acción. Pero este trabajo no puede llevarse a cabo dentro del aula; los alumnos deben reflexionar y conocer su entorno para comprender sus carencias y los problemas que a ellos les atañen. Este tipo de trabajo no puede ser individual; deben trabajar en colectivo, ya que se trata de intercambiar opiniones, discutir las y llegar en conjunto a la mejor opción.

La investigación – acción se revela como uno de los modelos de investigación más

adecuados para fomentar la calidad de la enseñanza e impulsar la figura del profesional investigador, reflexivo y en continua formación permanente (Rincón, 1997, p.71).

5.2 Motivación del grupo piloto

Considero que la motivación es uno de los aspectos más importantes en el aprendizaje significativo de los alumnos universitarios, y quizá una forma de predecir tanto su comportamiento académico como su satisfacción y rendimiento personales.

Fernando López Noguero nos señala en su libro de *Metodología Participativa* (2007), que la motivación es el motor para la acción, y que esto nos lleva a conocer tres de sus características principales:

1. Existencia de una meta
2. Voluntariedad
3. Carga afectiva emocional

El interés y la motivación no siempre son suficientes para que la participación y aprendizaje de los alumnos sea significativo, sino que ellos también deben estar conscientes del sentido y finalidad del proyecto para poder identificarse con él y hacer un esfuerzo en llevarlo a cabo con óptimos resultados.

Es importante abordar desde el inicio estos conceptos, explicando la finalidad y objetivo del proyecto, el sentido del mismo, así como su comprensión. De igual forma, es importante hacer hincapié en la importancia de su participación y sobre todo su compromiso formal durante el transcurso del experimento, cualquiera que fuese.

Uno de los aspectos fundamentales para motivar al alumno y despertar su interés en algún proyecto es la diversidad de metodologías, de recursos, de ambientes, etc., pero es muy importante siempre contar con el orden y estructura de los contenidos para llevar a cabo cualquier tipo de asignatura. Por lo tanto debe uno ser conciso y claro a la hora de explicar el proyecto, y así lograr óptimos resultados.

Otro aspecto que hemos comprobado como altamente motivacional es la posibilidad de ofrecer, siempre y cuando esto sea viable, la aplicación práctica de lo que se está aprendiendo, viviendo experiencias que lo hagan ejecutable. El ponerlos en contacto con

la realidad es uno de los elementos más motivadores que podemos ofrecer a nuestros alumnos, y de ésta forma orientarlos a que busquen una solución a cualquier problema real que se les presente.

Por lo tanto, su participación en cualquier proyecto real, tomando en cuenta sus opiniones y fomentando su visión crítica frente al entorno que lo rodea, siempre será una motivación en su aprendizaje en la universidad y en la vida diaria.

5.3 Técnicas participativas

Dentro de la metodología participativa, existen diversas técnicas que se deben analizar, ya que en algunas circunstancias no son fáciles de llevar a cabo, pues se necesita conocer al grupo y su disposición para participar de una forma reflexiva y propositiva a intercambiar ideas, dialogar, analizar y compartir sus propios puntos de vista.

López Noguero (2007, p.108) nos señala que estas técnicas tienen como principal característica, permitir la participación de los alumnos, para facilitar determinados tipos de aprendizajes; pero cabe señalar otras propiedades importantes, que indudablemente son grandes ventajas también para el docente, como:

- Ayuda al grupo a enfocarse en un tema específico
- Fomenta la creatividad
- Responsabiliza e involucra al alumno en su propio aprendizaje
- Favorece la interrelación personal
- Nos permite conocer los preconceptos de los alumnos
- Motiva a los estudiantes
- Favorece la atención, la memoria y la agilidad mental
- Desarrolla su capacidad de síntesis, facilitando estudios posteriores en la adquisición de conocimientos

Sin embargo, así como en su mayoría estas técnicas poseen un lado positivo, pueden existir obstáculos con los que nos podemos enfrentar, y éstos son:

- No llegar a cumplir las metas u objetivos planteados
- Generar conflictos y tensiones en el grupo

- Conseguir que en lugar de aprendizaje, el trabajo de campo sea motivo de “pasar un buen rato” únicamente

Es aquí donde el docente juega un papel preponderante como moderador y facilitador de un ambiente cordial, de diálogo y debate, para que los alumnos sientan la confianza de opinar y participar en el desarrollo de su propio aprendizaje. Al respecto profundizaremos en el capítulo siguiente.

5.4 Introducción al proyecto

Una vez visualizado y calendarizado el proyecto, se realizó una minuciosa selección de los alumnos que cumplieran con las características necesarias y sobre todo que se comprometieran durante los cuatro meses que tomaría la investigación de campo. La selección se realizó con la ayuda de la directora de la carrera de diseño de la comunicación gráfica de la UNLA, la Lic. Sara Guadarrama; juntas realizamos una lista de posibles candidatos, y se vio la posibilidad de invitarlos tomando en cuenta los siguientes puntos:

- Desempeño académico
- Carácter propositivo y crítico
- Disponibilidad de tiempo
- Ganas de comprometerse y cumplir con ese compromiso
- Actitud positiva
- Actitud frente a nuevos retos

Se les envió una invitación vía correo electrónico, para una primera reunión en donde se explicó la finalidad del proyecto y se mostró, por medio de una presentación con diapositivas, la calendarización y objetivo de cada una de las salidas.

Una vez aceptada la invitación por parte de todos y cada uno de ellos, se realizó la primera junta informativa y de diagnóstico, explicando detalladamente los siguientes puntos.

- Explicación y objetivo del proyecto piloto
- Disponibilidad de tiempo de los alumnos

- Aplicación de un cuestionario, de manera individual, para conocer su disponibilidad de tiempo, sus ganas de participar como miembro del grupo piloto, y su compromiso para cumplir con todos estos requisitos.
- Cronograma de salidas
- Responsabilidades de los miembros del grupo
- Evaluación del proyecto

Una vez aceptado el reto de pertenecer al proyecto por todos los miembros del grupo piloto, se acordó que se entregaría el material necesario para prepararse de antemano a cada salida, el cual constaría de material enviado vía correo electrónico, una semana antes de la investigación, y para que se concentraran en qué observar, que preguntar (si es que era alguna visita), sus cuestionamientos y dudas al respecto, etc. Se discutirían en grupo los temas más relevantes y se tomarían en cuenta sugerencias realizadas por cualquier miembro del grupo.

El trabajo de campo realizado con el grupo piloto tuvo una duración de cuatro meses; las salidas fueron cada quince días y se concluyó con la aportación de sus opiniones y propuestas personales, críticas constructivas y evaluación de aprendizaje.

5.4.1 Objetivos del trabajo de campo

Llevar a la práctica, por medio de vivencias y testimonios verídicos de alumnos de diferentes semestres de la carrera de diseño de la comunicación gráfica, de la Universidad Latina de América, y a través de un aprendizaje significativo, el conocer las necesidades que un diseñador de la comunicación gráfica debe satisfacer en el ámbito social, en la ciudad de Morelia y sus alrededores.

Mostrarles que con una actitud propositiva, una mente abierta y la suficiente preparación, pueden contribuir como profesionistas a mejorar su entorno.

Enfrentarlos a una responsabilidad social real, para que estén conscientes de que los problemas existen, pero que con perseverancia y dedicación se podemos contribuir a mejorar el entorno de nuestra comunidad.

5.4.2 Características del Grupo piloto:

Grupo seleccionado : Alumnos de la Universidad Latina de América, de la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica.

Tamaño del grupo piloto : 7 personas

Edad: entre 18 y 21 años

Nivel de escolaridad : de 4º y 6º semestre

Sexo: Indistinto, de preferencia 50% y 50%

Rasgos o Características distintivas del candidato seleccionado

- Disposición al cambio
- Propositivo
- Con sentido de liderazgo
- Crítico y auténtico
- Con sentido de responsabilidad social
- Con ganas de contribuir a mejorar la enseñanza del diseño en la universidad

Como ya lo mencionamos, la selección del grupo se hizo con ayuda de la Directora de la carrera; se le presentó un esbozo del proyecto, y la necesidad de encontrar alumnos dispuestos a cooperar. Ella ayudó basándose en su relación académica con los alumnos así como su desempeño y desarrollo personal.

5.5 Cronograma de actividades:

Se propuso un cronograma tentativo en cuanto a fechas y horarios de actividades del grupo piloto. Se les comunicó a los alumnos que cualquier cambio pertinente se podría realizar siempre y cuando la mayoría de los integrantes del equipo estuviesen de acuerdo.

1ª. Reunión: Miércoles 18 de febrero, de 10 am a 11.30 am

Diagnóstico, presentación y solidificación del proyecto y del grupo piloto.

Se les mostró de una manera formal el objetivo principal del proyecto, por medio de una presentación con diapositivas, y se les preguntó sobre su disponibilidad y ganas de formar parte del grupo piloto, dándoles a conocer sus responsabilidades, si es que desean y se comprometen a participar en el proyecto.

Se les aplicó un pequeño cuestionario, de manera individual, para conocer su disponibilidad de tiempo, sus ganas de participar como miembros del grupo piloto, y su compromiso para cumplir con todos estos requisitos.

Una vez firmado de conformidad, se le entregó a cada uno un cronograma de las actividades que se realizaron, y se les explicó que una semana previa a la salida, se les enviaría un documento vía correo electrónico, con los objetivos principales y puntos importantes a tratar como observadores de cada actividad. Esto con el fin de darles a conocer previamente el tema y el ejercicio de trabajo de campo.

La selección de actividades fue elegida de acuerdo a las necesidades de comunicación visual, percibidas tanto por los alumnos como por algunos maestros con los que he tenido oportunidad de platicar. Nos damos cuenta de la carencia de diseño y la falta de cultura por parte de autoridades y ciudadanos, y decidimos abundar en los temas que más afectan a nuestra sociedad.

2ª. Reunión: Miércoles 25 de febrero, de 8.50 am a 10.30 am

Práctica No. 1: La contaminación visual.

Se citó a los alumnos en las instalaciones de la UNLA a las 8.45 am, para que en punto de las 9 de la mañana, saliéramos todos juntos a recorrer el perímetro de la ciudad de Morelia. Se les pidió que tomaran nota sobre sus apreciaciones, los que así lo decidían que tomaran fotografías y registraran lo que percibían y opinaran sobre la contaminación visual. El recorrido duró aproximadamente una hora, y una vez regresando de nueva cuenta a la universidad se hizo un diagnóstico de lo percibido y aprendido, y de una manera crítica formularan sus preguntas y posibles soluciones ante tan grave problema. Exposición de conclusiones ante el grupo, y evaluación de la práctica.

Cabe señalar, que aproximadamente dos semanas antes de nuestra primera salida, en donde el tema era la contaminación visual, me enviaron del Ayuntamiento de nuestra ciudad el siguiente documento: INICIATIVA QUE CONTIENE EL PROYECTO DEL REGLAMENTO PARA ANUNCIOS PUBLICITARIOS EN EL MUNICIPIO DE MORELIA, MICHOACÁN, y con el permiso de la Síndico se los hice llegar a mis alumnos del grupo piloto. De esta forma, ellos pudieron cotejar si se respetaban o no los lineamientos para los anuncios publicitarios en la ciudad.

Primera actividad: Contaminación visual

La contaminación visual se refiere al abuso de ciertos elementos “no arquitectónicos” que alteran la estética, la imagen del paisaje tanto rural como urbano, y que generan, a menudo, una sobre estimulación visual agresiva, invasiva y simultánea. Este tipo de contaminación percibida a través del sentido de la vista expone diariamente a millones de personas, principalmente en las ciudades, a estímulos agresivos que las invaden y contra los cuales no existe ningún filtro ni defensa.

Dichos elementos pueden ser carteles, cables, chimeneas, antenas, postes y otros elementos, que no provocan contaminación de por sí; pero mediante la manipulación indiscriminada del hombre (tamaño, orden, distribución) se convierten en agentes contaminantes. Todos estos elementos descriptos influyen negativamente sobre el hombre y el ambiente disminuyendo la calidad de vida.

Los carteles publicitarios son lo más notorio por su impacto inmediato, creando un impacto negativo en el ser humano mediante la información indiscriminada, y los múltiples mensajes que invaden la mirada. Así el hombre percibe un ambiente caótico y de confusión que lo excita y estimula, provocándole una ansiedad momentánea mientras dura el estímulo.

La actividad programada abarcó toda la periferia de la Ciudad de Morelia, para investigar el daño ocasionado por los espectaculares, los anuncios y toda la publicidad que causa la contaminación visual.

Dinámica de la actividad:

- El primer paso a seguir, como en toda investigación, es estar lo suficientemente documentado para tener bases teóricas sobre lo que se va a hacer. La información necesaria se encuentra en el documento que les envié la semana pasada.
- La cita es en la planta baja del edificio A de la UNLA, a las 8.45 am, para salir a las 9 am a realizar nuestra investigación.
- Deberán traer un cuaderno para notas; durante todas las actividades es muy importante registrar las impresiones personales para tener la información suficiente y poder concretarla mas adelante en un documento formal.

- Se sugiere traer cámara para fotografiar, en este caso, lo que personalmente será considerado como “contaminación visual” y tener herramientas para discusión en el grupo.
- Al concluir el recorrido, tendremos un tiempo ahí mismo en la UNLA para discutir la actividad, y asentar las conclusiones y aportaciones de cada uno de los integrantes del grupo.

Registro del recorrido

Durante la siguiente semana, se les pedirá a los integrantes del grupo, que me envíen sus comentarios, su percepción y su opinión sobre lo que vimos. Pero más importante aún, les pido que piensen y me digan de qué forma creen que se pudieran proponer, de manera objetiva, algunas soluciones a dicho mal que aqueja a todas las ciudades, sin importar su tamaño. En la lectura vienen los datos sobre la reglamentación de espectaculares y anuncios publicitarios. De igual forma es importante que revisen el documento enviado por el Ayuntamiento, y de esa forma poder cotejarlo con la realidad.

3ª. Reunión: Miércoles 18 de marzo, de 9 am a 12 pm.

Práctica No. 2: Visita al CIEco.

El Centro de Investigaciones en Ecosistemas (CIEco) es una dependencia de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) que está dedicada a la investigación científica, a la formación de recursos humanos y a la difusión de conocimiento a la sociedad. La comunidad científica del CIEco pretende aportar conceptos teóricos, metodológicos y tecnológicos que sean útiles para el entendimiento de sistemas socio-ecológicos sustentables. Para ello, el Centro realiza estudios sobre conservación, restauración, ordenamiento y aprovechamiento de los ecosistemas, sus recursos y servicios, desde una perspectiva interdisciplinaria, donde confluyen disciplinas de las ciencias naturales y sociales.

La razón de nuestra visita servirá al grupo para conocer los estragos de la contaminación en nuestro país y nuestro estado, y para comprender de qué forma podemos contribuir dentro de nuestra profesión de diseñadores, a concientizar a la sociedad y a tener una responsabilidad ecológica con nuestro entorno.

4ª. Reunión: Miércoles 1º.

Práctica No. 3: Salida nocturna a una discoteca.

El principal objetivo de esta salida, es conocer y analizar cuál es el impacto del diseño gráfico en el ámbito festivo y nocturno de las discotecas. Otro punto importante es observar de qué forma los establecimientos promueven el consumo de alcohol en la juventud, sin medir las consecuencias o repercusiones.

Hay diversos puntos que analizar, así como algunas preguntas que debemos hacernos, y lo desglosaremos temporal (llegada, estancia, salida), y físicamente (lugar, ambientación, luces, mensajes diversos, etc.).

Durante el trayecto y llegada al lugar, es importante tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Deberán estar atentos a los mensajes visuales desde antes de llegar al lugar. ¿Existe una buena señalización para llegar?, ¿hay anuncios como carteles, espectaculares, parabuses, que lo anuncien durante mi recorrido?, ¿hay anuncios luminosos?, en el estacionamiento, ¿encuentro publicidad del lugar, de bebidas, o señalización?
- El lugar al que asistí ¿es de fácil acceso?, ¿existe alguna restricción en cuanto a la vestimenta?, ¿qué transmite la persona que está en la puerta al permitir (o no) el acceso?
- ¿Hay alguna sensación de exclusividad?

Una vez en el interior del lugar:

- ¿Qué comunica la distribución del mobiliario?
- ¿Qué es lo que produce más dinero al negocio? ¿las bebidas?, ¿los alimentos?, ¿hay alguna publicidad interna, de cualquier tipo, que promociona alguna bebida específicamente? (carteles, anuncios luminosos, pantallas de video, etc.)
- ¿existe algún tipo de diferenciación social dentro del lugar? Puede ser en la distribución del mobiliario, o en niveles que restringen el acceso a diferente tipo de personas.

- ¿Cuál es el mecanismo visual a la hora de ofrecer las bebidas? ¿Hay menú?, ¿alguna lista con los precios? O todos se ponen de acuerdo en lo que van a consumir.
- ¿Hay alguna presencia específica en cuanto al status de las bebidas? ¿Las marcas otorgan ese status al pedir las?
- ¿Cuál es la edad promedio de la gente que se encuentra en el lugar?
- ¿Existe alguna restricción por la que alguna persona no es admitida al lugar?
- ¿Hay diferencia de clases sociales a simple vista?
- ¿Existe la presencia de alguna persona con autoridad en el caso de intoxicación o imprudencia por parte de alguno de los clientes?, ¿Hay mensajes visuales o avisos sobre reglas de seguridad?

En el ámbito del diseño:

Es importante tomar en cuenta todos los aspectos de comunicación visual, y comunicación NO verbal que se perciba en el lugar.

En el aspecto de diseño gráfico concretamente, estar atentos a todo tipo de mensajes:

- acceso al lugar
- servicios (baños)
- barra
- mensajes de video
- mensajes luminosos
- saturación de mensajes
- áreas específicas
- rutas de evacuación, salidas y extintores
- percepción de mensajes de los clientes
- ¿qué ofrece este lugar que los otros no?

Como pruebas alternas les puedo sugerir:

Ej. 1: Ir a una mesa cualquiera, y preguntar a los que ahí se encuentran, sin voltear a ver, ¿de que color o estilo es la barra del lugar?, ¿cuál es el logotipo o imagen del antro? Etc.

Ej. 2: preguntar a un mesero (o al barman) ¿qué es lo que más atrae a los clientes (chavos) de este lugar en particular?

Ej. 3: pueden grabar algún video en su celular, para después mostrarlo y comentarlo con el resto del grupo.

Sería muy importante también que tomaran fotos, si es que está permitido, para su presentación y discusión ante el grupo.

Estas son únicamente sugerencias, pero es la idea general del “análisis”. Si tienen alguna otra opinión, dinámica, o forma creativa de ver las cosas, adelante, ya saben que lo importante es ver con ojo crítico y ser objetivos en cualquier investigación.

5ª. Reunión: Miércoles 22 de abril de 9 am a 11 pm

Práctica No. 4: Morelia vista desde el Ayuntamiento y las autoridades. Secretaría de desarrollo urbano y medio ambiente. Comentar con ellos el documento La Carta de la Tierra.

La cita fue en el Ayuntamiento Manantiales, a las 9 am, con el Secretario de Urbanismo y Medio Ambiente. Conoceríamos las necesidades reales de nuestro municipio, desde la parte regidora de nuestra comunidad: nuestras autoridades.

Hicimos una visita al Ayuntamiento y platicaremos con el Arq. Alejandro Contreras López para que nos orientara y nos comunicara las fortalezas y necesidades que el ayuntamiento está enfrentando, y de que forma nosotros como diseñadores gráficos podríamos contribuir a solucionar algunos de esos problemas. ¿Cómo enfrentan la situación en las diferentes comunidades?

Esta primera cita fue cancelada por motivos ajenos a nosotros. Estuvimos esperando un poco más de una hora, todos los integrantes del grupo y yo, hasta que la secretaria nos informó que no sería posible que el secretario nos recibiera. Agendamos otra visita.

Por segunda ocasión, la reunión fue cancelada por el Secretario del Ayuntamiento.

La semana pasada no pudimos entrar a platicar con él, ya que tuvo una reunión improvisada con alguna persona de auditoría. La reunión se pospuso para el miércoles 22 de abril de 2009, pero el martes anterior, se canceló porque el secretario saldría con el Presidente Municipal.

Esto me dio la pauta para pensar en varios aspectos como la falta de seriedad en la forma que manejan sus citas (la de la semana pasada fue realizada con un mes y medio de antelación), y el interés que tienen de convivir y conocer el pensamiento de las futuras generaciones.

Los integrantes del grupo piloto estaban molestos por la falta de seriedad, ya que en la primera cita estuvimos esperando cerca de una hora, y por la cancelación de la reunión por segunda ocasión. Tuvimos oportunidad de analizar lo importante que es la seriedad y formalidad en cualquier rubro de trabajo, y cumplir con nuestros compromisos, ya que de lo contrario se ve afectada la imagen de la institución u organismo (en este caso del ayuntamiento), como de la persona.

Los alumnos sugirieron agendar para otro día, pero ya sería más adelante.

Nota: Nunca nos dieron oportunidad de hacer nuestras preguntas al director de la Secretaría de Urbanismo y medio ambiente; es por eso que decidimos cambiar un poco el giro de nuestra investigación aprovechando la situación que se dio en nuestro país y nuestro entorno con respecto a la epidemia de Influenza Humana, en donde fueron cerradas escuelas y lugares públicos, y todas las actividades en donde había grandes cantidades de gente.

6ª. Reunión: Miércoles 29 de abril de 10 am a 12 pm

Práctica No. 5: La información en los medios y la visión del comunicador gráfico.

Reporte sobre la influenza y la visión del comunicador gráfico.

Lo que vivimos como mexicanos es algo sin precedente. El que hayan cerrado prácticamente todas las actividades durante estos días ha tenido un impacto sumamente fuerte en lo económico, pero sobre todo en lo psicológico. Y nosotros como diseñadores debemos pensar ¿de qué manera nos ha afectado a nosotros?

Es por eso que decidí pedirles un reporte sobre la influenza y la visión del comunicador gráfico.

Los puntos que pedí como relevantes fueron los siguientes: (las preguntas las redacté en primera persona):

- ¿Por qué medio me enteré de lo que estaba sucediendo?
- ¿Cual fue mi reacción inmediata?
- Durante mi encierro (si es que lo hubo) ¿considero que la información gráfica y visual fue manejada de manera correcta?
- ¿estuve al tanto de las noticias, ya fuera en los medios primarios (tv, radio, periódico) y secundarios (internet)?
- ¿Considero que los medios gráficos fueron los adecuados? si... por qué? no... por qué?
- Como diseñador gráfico ¿qué haría diferente si yo fuera el responsable de diseñar una campaña de dicha magnitud?

8ª. Última reunión:

Conclusiones

En esta última reunión se realizó una evaluación del proyecto, el aprendizaje y experiencias adquiridas por todos los miembros del grupo.

De igual forma se hicieron las siguientes preguntas:

- ¿cuales fueron los principales obstáculos con los que se enfrentaron?
- ¿que les gustó y que no les gustó de la experiencia y por que?
- ¿cuales fueron las fortalezas del grupo?
- ¿cuales fueron las debilidades del grupo?
- ¿cual es su opinión del experimento? ¿por qué?

5.6 Reportes de salidas de los integrantes del grupo piloto

Esta fase de la investigación la considero como la más importante, ya que es donde se concretizan las experiencias vividas y en donde los alumnos trabajaron para analizar y proponer soluciones a los problemas que enfrentaron.

Describo cada salida desde mi percepción haciendo una comparación entre todas las opiniones de los alumnos, anotando las opiniones en donde ellos coincidieron, así como los diversos criterios en donde los cito textualmente en letra cursiva, y añadiendo el nombre de cada contribuyente. Los reportes van en orden cronológico, con el tema tratado para mayor comprensión.

Reporte N° 1

Análisis sobre la contaminación visual.

Esta primera investigación estuvo llena de opiniones y comentarios, y durante el recorrido pudimos confirmar la gran cantidad de anuncios que se encuentran colocados fuera del reglamento del ayuntamiento. Alejandro Ayala, uno de los alumnos, comentó: *Alrededor de nuestra ciudad podemos observar la gran cantidad de contaminación visual que en mi opinión es el resultado de una carencia cultural tanto de la sociedad civil como de nuestros gobernantes.*

Los alumnos coincidieron en la mayoría de sus opiniones, en cuanto a que el ciudadano es bombardeado con todo tipo de anuncios, tamaños, colores, productos, etcétera, que hacen que la periferia de nuestra ciudad se vea sucia y visualmente contaminada. Se dieron cuenta que uno vive en una ciudad sin realmente observar lo que se encuentra a nuestro alrededor, y que el trabajo del diseñador debería ser una prioridad para las autoridades.

Una de las integrantes del grupo, comentó lo siguiente: *Considero que si no existe, debería crearse un comité que apruebe, o al menos guíe a los comerciantes en lo que les conviene para anunciarse, porque para mí el problema radica en que muchas veces se ignora que no es necesario saturar de anuncios para hacer crecer un negocio, sino que con sólo uno pero bien hecho bastaría ... el gastar en un diseño apropiado no es un gasto sino una inversión que retribuye mucho, y que además de enriquecer un negocio, enriquece la vista de nuestra ciudad* (Elizabeth Treviño León).

Otra cosa en la que los alumnos coincidieron es que con esa cantidad de anuncios, lo único que se logra es confundir a la gente, ya que unos con otros compiten en visibilidad, color, cosas que anuncian y eso no sirve para la recordación de lo que se desea comunicar, ya que no hay recordación y menos por parte del que maneja el vehículo.

Otro punto que nos llamó la atención a todos, son los grafitis, o pintas en las paredes a lo largo de todo el recorrido. La mayoría de los alumnos comenta al respecto, y coincide en su opinión, pero aquí cito a Nallely Prieto en su comentario: *Los grafitis son uno de los puntos en el que me gustaría hacer énfasis, no obstante con tener anuncios en las bardas*

con colores fosforescentes anunciando bandas musicales encima de eso hay todavía mas grafiti, es impresionante el ruido que generan esos rayones, que hay en casas, en las lonas inútiles, en espectaculares, el grafiti se pudo ver a lo largo de todo el recorrido siempre presente.

Algunos de los alumnos opinaron que el ruido visual, contribuye a elevar nuestro nivel de estrés, ya que en un entorno contaminado no se siente uno tranquilo. Emmanuel Tapia opina que ... *el ruido que altera nuestro comportamiento y que junto con otros factores como el trafico, la gente, el calor, el trabajo etc. contribuyen a que nos estresemos. Muchas de las enfermedades ya sean tanto físicas como psicológicas se deben al estado de estrés en el que vivimos diariamente, entonces es de gran relevancia que se le de la atención a este problema que ha sido ignorado e incluso subestimado no sólo por las autoridades sino por nosotros mismos.*

Otra cosa que llamó la atención a la mayoría fue la cantidad de lonas que se encuentran colocadas a todos niveles y de todos tamaños y colores alrededor de la ciudad, una vez más rompiendo el reglamento de anuncios del ayuntamiento. Una de las integrantes del grupo nos da su opinión ... *las lonas; es el sustrato más utilizado por los comerciantes, sin embargo, no les dan mantenimiento, algunas se mostraban sucias, maltratadas, desgastadas por el clima y muchas otras con faltas de ortografía, algunas "desgarradas" y otras, para variar, grafiteadas (Melissa Camorlinga).*

Ella misma nos comenta su punto de vista, al igual que la mayoría, que gran parte de la contaminación visual se debe a la poca participación de diseñadores conscientes y responsables con el medio, en cuanto a lo visual y ecológico, y la cito: *Estoy convencida de que en nuestra ciudad hay muy poca participación de diseñadores gráficos (...), los diseñadores podemos sintetizar muchas cosas en la imagen de un negocio, pero como buen mexicano, siempre nos vamos a lo más barato y entre más, mejor, pero no pensamos en la contaminación no sólo visual, sino después, también la contaminación de las lonas, la estructura de los espectaculares oxidada, que olvidamos y va contaminando también a nuestro ambiente.*

Una vez finalizado nuestro recorrido, todos y cada uno expusieron sus propuestas, las cuales coincidieron en la mayoría de los aspectos y que en general, el daño provocado

por el ruido visual radica en nuestra falta de cultura, en la poca importancia que se le da al diseño y en que las autoridades no hacen nada por controlar este tipo de contaminación.

Alejandro Ayala nos propone: ... *creo yo que sería atinado pensar en una unificación de concepto en cuestiones de señalética en la ciudad, al igual que una regularización rigurosa en cuanto a rótulos publicitarios, espectaculares y limitar lo más posible la propaganda política, pues además de considerarse como contaminación visual masiva, representan un gasto innecesario y contaminan fuertemente.*

Adam Rufino Nakamura propone, como solución a la contaminación visual que aqueja nuestra ciudad, lo siguiente: *Lo que pienso que se podría hacer para resolver algunas partes de los anteriores problemas es que se realice un adecuado reglamento sobre anuncios en la ciudad de Morelia y que sea semejante al del centro histórico. Algunas ideas podrían ser que cada negocio tenga como máximo un anuncio ya sea espectacular, lona, cartel, etc... que esté pintado con máximo 3 colores y el nombre del local, no más. Que no se tengan cosas que ensucien o estorben el paso ni anuncios en la banqueta, retirar los espectaculares que no se usen que ya estén muy viejos u oxidados, y si no se cumplen las normas que se impongan habrá multas y si no se pagan se procederá a remover el anuncio.*

Aquí nos queda claro que la mayoría estaría de acuerdo en ejercer el reglamento, que en teoría existe, pero que en la práctica no se lleva a cabo por diversas razones. Emmanuel Tapia nos sugiere: ... *lo que podríamos hacer es proponer a nuestras autoridades seguir el ejemplo de estas ciudades (algunas en Europa, como Alemania) y aplicar regulaciones en materia de publicidad, ya que aunque digan que si la hay, es claro que no existen y se ve reflejado en la ciudad. Y esto no sólo se refiere a la publicidad que está estática como los espectaculares, parabuses, lonas, carteles y demás sino también a todos los autos con publicidad que andan recorriendo la ciudad. Además unificar la imagen en general de la ciudad y dar mantenimiento a las obras, ya que a través de toda la ciudad se pueden ver por ejemplo muy pocos puentes peatonales y todos éstos de diferente diseño y color.*

Melissa nos expresa su sentir a la hora de buscar y encontrar soluciones a este grave problema: *Tomaría tiempo analizar las posibilidades, y toda la contaminación que existe ya que es muy variada y cada vez va en aumento ya que los negociantes buscan darse a conocer o decir "aquí estoy" por el medio que sea. Así que este es un avance de ver las*

cosas en su situación actual real para después analizarlas y tomar decisiones para posibles soluciones.

Lo que podemos constatar con este primer ejercicio, es que los alumnos se interesaron en la primera salida, externando su opinión y verificando por ellos mismos el grave problema de la contaminación visual.

El ejercicio de nuestra primera investigación de campo sirvió para:

- Analizar el entorno de la periferia de la ciudad.
- Comprobar la necesidad de una reglamentación en cuanto al uso de anuncios de cualquier tipo.
- Externar y compartir con el resto del grupo sus opiniones y preocupaciones.
- Darse cuenta de los problemas de comunicación en la ciudad.
- Proponer soluciones gráficas ante la exageración de mensajes que en lugar de comunicar, confunden al ciudadano.
- Comprobar de manera real, la necesidad del buen trabajo del diseñador gráfico como responsable de solucionar algunos de los problemas sociales.

Reporte N° 2

Visita al CIEco.

Nos reunimos en las instalaciones de la Universidad Latina de América y de ahí nos dirigimos a la cita que teníamos en el Centro de Investigaciones en Ecosistemas (CIEco), la cual es una dependencia de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) que está dedicada a la investigación científica, a la formación de recursos humanos y a la difusión de conocimiento a la sociedad.

Nuestra visita estuvo planeada de antemano, y ya nos tenían preparada una presentación en la sala de juntas, en donde nos explicaron de manera visual los diversos problemas que sufre nuestro país debido a la contaminación, el calentamiento global y la destrucción de nuestros recursos naturales.

Los alumnos quedaron impresionados con el lugar, pero se dieron cuenta de la falta de difusión que existe por parte del CIEco, ya que ninguno se había percatado de su

existencia. De hecho éste fue el primer comentario, ¿cómo es posible que exista un lugar así y nadie sepa que se encuentre en Morelia?. Emmanuel Tapia nos comenta que vio muchos proyectos muy interesantes, *pero estos proyectos para que funcionen necesitan dársele difusión para que llegue a la gente y a partir de ésta comience el cambio. Y por lo que vi creo que no tienen el suficiente presupuesto para dar a conocer qué es lo que hace el CIEco en el municipio.*

Otra cosa en la que todos los integrantes del grupo coincidieron, fue en la gran necesidad de concientizar a la gente de la crisis ambiental por la que está pasando nuestro mundo, y por ende nuestro país. Se dieron cuenta, gracias a la plática que tuvimos con expertos en la materia, que es algo que se ha generado a lo largo de mucho tiempo, y que está en nosotros contribuir por medio de las diferentes profesiones que ejercemos, y aportar soluciones a tan grave problema.

Elizabeth Treviño nos da su punto de vista: *Estamos viviendo una crisis global ambiental porque no conocemos ni ponemos en práctica la sustentabilidad. Esta problemática ambiental se debe a la forma en que se da la interacción entre la sociedad y la naturaleza. Si tan sólo estuviéramos conscientes de la dimensión que tienen nuestras acciones, entonces las reconsideraríamos, ya que al no explotar los recursos de manera sustentable, comprometemos el futuro de las siguientes generaciones.*

Los alumnos pudieron constatar una vez más, la falta de conocimiento que existe en las diversas instituciones sobre la necesidad de emplear diseñadores gráficos para solucionar problemas de comunicación visual. Ahí nos explicaban que muchas veces necesitan sacar algún trabajo gráfico, como un cartel, un folleto o un manual, para dar a conocer algún proyecto, y que con muchas dificultades, las personas que tienen cierto conocimiento con los programas de diseño son los que se encargan de producir el material que se requiere. Alejandro Ayala comenta al respecto, que desde su punto de vista: *Hoy en día cuando se habla de diseño gráfico es poco lo que se habla con respecto al diseño desde un enfoque social, es decir, generar estrategias que den como resultado soluciones a problemas que tengan que ver con cuestiones ambientales, sociales, culturales, etc. Por supuesto desde el quehacer de un diseñador de la comunicación gráfica.*

Otro comentario similar, fue hecho por Melissa Camorlinga, quien nos dice: *La visita me pareció bastante interesante, ya que tienen otro punto de vista de las cosas y nos muestran diferentes soluciones para su problemática y sus objetivos. Lo único que no me pareció fue el hecho de saber que no tenían diseñadores trabajando para ellos, o gente de esa área que los pudiera orientar o resolver problemas internos o de comunicación.*

Pero no todos los comentarios referentes a nuestro quehacer como diseñadores fue positivo. Hablamos sobre la contribución de basura desde nuestra profesión, y como muchos de los diseñadores no están conscientes o no se hacen responsables de la gran cantidad de desperdicio de papel que generamos. Como lo apunta Francisco Pérez en su comentario:... *coincidimos en diferentes puntos, desde la manera como el diseño gráfico también se ha encargado en gran parte de contribuir a la destrucción del medio ambiente hasta de como se puede hacer diseño con consciencia y compromiso con la ecología, así como también con este medio, contribuir para la ayuda que tanto hace falta para salvar este planeta, empezando desde lo mas pequeño que es nuestra colonia y nuestra ciudad.*

Fue muy interesante ver la actitud de los muchachos, en cuanto a sus opiniones e interacción con el personal del CIEco. Aquí puedo asegurar que la visita les sirvió más que cualquier cantidad de explicaciones teóricas sobre la contaminación ambiental, la sustentabilidad y el daño a nuestros recursos naturales. Aprendieron, gracias a la plática con los expertos, sobre la gran necesidad de concientizar a las nuevas generaciones acerca de la responsabilidad social para con nuestro entorno.

Se dieron cuenta de que la profesión de diseñador gráfico tiene también su lado humanista, que nosotros podemos crear conciencia en la ciudadanía sobre los problemas que nos aquejan actualmente por medio de mensajes responsables y contundentes, que transmitan soluciones adecuadas a problemas específicos planteados. No sólo somos “hacedores de basura” como algunos nos han catalogado, debido al mal manejo de algunas campañas publicitarias o a las campañas políticas que no tienen la más mínima conciencia en lo que gastan y la contaminación que generan, sino que actuando de manera responsable podemos demostrar que nuestro trabajo también contribuye a concebir una vida mejor.

Reporte N° 3

Análisis e investigación de la visita nocturna a una discoteca de la ciudad de Morelia.

Aprovechando un evento que tuvimos en la Universidad Latina de América, que coincidió con nuestro trabajo de campo, sobre el abuso del alcohol y la cantidad de accidentes que suceden debido a esta circunstancia, nos dimos a la tarea de investigar cuál es la contribución de los lugares de esparcimiento para los jóvenes, de qué forma los enganchan para que sigan consumiendo bebidas, y cuál es la percepción de los que asisten con regularidad a dichos lugares.

Para todos debe ser muy importante reforzar la noción de responsabilidad en las nuevas generaciones de diseñadores, para que en su trabajo como comunicadores y en la elaboración de mensajes visuales sepan transmitir la conciencia del consumo moderado del alcohol y la sana diversión en los jóvenes. Considero que nunca es exagerado hacer hincapié en este tipo de temas, ya que la mayoría de las veces los jóvenes se consideran invulnerables, pensando que un incidente nunca les puede suceder.

Durante la “repentina” * que se llevó a cabo en las instalaciones de la UNLA, en donde participaron todos los maestros y alumnos de la licenciatura, se abordó el tema del abuso del alcohol, el impacto del alcoholímetro en los jóvenes y en la ciudadanía en general, y como trabajo para los alumnos se les pidió que crearan algunas propuestas que se pudieran utilizar en los bares y discotecas de la ciudad, para evitar accidentes de tránsito por abuso en su consumo.

Los directivos de Tránsito Municipal nos dieron una plática, con estadísticas, fotografías y videos muy explícitos sobre el abuso del alcohol, lo que ayudó a que los alumnos reflexionaran y se dieran cuenta de la magnitud del problema. De esta forma pudimos hacer una investigación sobre lo que motiva a los jóvenes a consumir, incluso sabiendo que abusar de la bebida y manejar es una mezcla potencialmente fatal.

* Una “repentina” es un evento de diseño en donde a los alumnos se les da el tema específico de un proyecto a realizar, y tienen dos días para investigarlo y proponer una solución gráfica viable, entregando un prototipo que cumpla de la mejor manera posible con el objetivo final.

Los alumnos que participaron como grupo piloto fueron elegidos por su sentido crítico y propositivo, por ser sinceros con ellos mismos y con ganas de superarse. Y en cuanto a su forma de divertirse, son muchachos que también acuden a las discotecas con cierta regularidad pero de una forma responsable. Todos ellos coincidieron en la mayoría de sus opiniones, en que muchas veces los jóvenes son manipulables y fáciles de convencer, cosa sucede con frecuencia en los clubes nocturnos a la hora de vender bebidas y tener popularidad entre esta parte de la ciudadanía.

Se les pidió ser observadores y analíticos desde el momento en que hicieran el recorrido de su casa hacia la discoteca, incluso se les pidió investigar en qué publicaciones salían promocionales anunciando el lugar, y ofreciendo cosas diferentes unos de otros para ganar clientes potenciales.

Una semana después de su investigación, tuvimos una reunión en la universidad, en la que presentaron gráficamente los mensajes que ellos captaron y que les causaron más impacto, incluso sacaron algunas fotografías del hacinamiento tan tremendo que existe en la mayoría de estos lugares, ya pasadas las horas en las que la mayoría no se encuentra en sus cabales. Aun así nos preguntábamos ¿cuál es la necesidad de asistir a esos lugares?, ¿cuál es la influencia del diseño, la parte visual de los mensajes, en cuanto a las ventas y status en esos negocios?, ¿qué opinan de los dueños de los lugares y de nuestras autoridades?.

Considero que ésta fue una de las discusiones más propositivas y acertadas de nuestra investigación, porque ellos aprendieron el valor de los mensajes en cuanto a su veracidad. Todos coincidieron en que a los dueños de las discotecas lo único que les importa es vender, mientras más se consume, más ganan, sin importar si los jóvenes se encuentran en mal estado físico al abandonar el lugar.

Elizabeth Treviño nos comparte su opinión. Ella no frecuenta esos lugares, porque para ella no es diversión, sino que le causan un conflicto interno: *creo que muchas veces los antros, y su personal, no se hacen responsables, y no tienen una ética o filosofía de trabajo que les exija ser socialmente responsables de todas las vidas que ahí se juntan. Los mensajes que emiten con sus lonas y carteles promocionales propician el abuso, la*

irresponsabilidad y hasta la discriminación. Siempre he pensado que el antro es como una analogía de las conductas animales, visto desde una perspectiva tal vez medio retorcida.

La mayoría de los alumnos coinciden en que parte del problema se encuentra en nuestras autoridades; Francisco Pérez nos expone su sentir: *Es cierto que dan mucho a desear las acciones y los programas de gobierno y ayuntamiento ante tal problema, ya sea en la prevención de accidentes, tanto en normativas que controlen la venta y el consumo de las bebidas alcohólicas dentro de algunos lugares.*

Para todos los integrantes del grupo, la opinión que tienen de los dueños de los antros es de falta de ética y valores, ya que lo que más les importa, como comentaba anteriormente, es vender en grandes cantidades para ellos obtener más ganancia. Melissa Camorlinga nos comenta su percepción: *Lo que más produce dinero es el consumo del alcohol; las botellas como en todos los antros son vendidas muy por arriba de su precio original y hay ocasiones que se consumen mas de dos botellas por mesa y la botella mas barata llega a costar 700 sin contar los servicios de refrescos. Cuando un chavo o chava andan muy ebrios no les dicen nada a menos que ya se estén peleando o vomitando por ahí o si alguien se queja de que le incomoda el chavo por su estado de ebriedad también los de seguridad lo sacan o le piden que se comporte, pero si se pone agresivo lo sacan.*

Adam Rufino nos da su punto de vista en cuanto a la publicidad y la actitud de los dueños de los establecimientos: *la publicidad tiene un gran papel en ello, publicidad dentro y fuera del lugar, como de la publicidad de las mismas bebidas las cuales están creadas para llamar la atención de los jóvenes, posiblemente esto no sea la cumbre del problema pero si es un factor a tomar en cuenta, el verdadero problema que yo identifico es que dentro de los establecimientos no existen anuncios que adviertan al publico el efecto de intoxicarse con esas bebidas que traen en las manos y después manejar, algo que me parece incluso una acción tonta por parte de los dueños del lugar pues no cuidan a sus propios clientes, sé que es importante para ellos vender bien en cuanto a las bebidas pero ¿no sería mejor cuidar a estos clientes? para que regresen cuando ellos quieran pues tendrían un cliente potencial y seguro.*

Y a ese mismo respecto, Elizabeth nos da su opinión: *He visto en años recientes que el negocio verdadero de los antros es un verdadero engaño, ya que SI adulteran bebidas, SI dejan pasar a menores de edad, SI existe el abuso de autoridad, y SI son nido de muchos*

accidentes. Por comentarios de personas cercanas a mí, llego a la conclusión que pocas veces el antro es un lugar de esparcimiento y de diversión (que se supone es la finalidad), sino por el contrario, existen muchos conflictos, drama, problemas, peleas, accidentes, excesos, etc., que a mí en lo personal me causan incomodidad y prefiero no ir, y los cuales son mayormente incitados por el ambiente que generan todos los factores casi me atrevo a decir que intencionalmente, como la publicidad que utilizan donde el “consumidor” es el que se beneficia, donde entre más se consume es mejor, el exceso es la opción, y el abuso de TODO es la salida más fácil.

En cuanto al diseño gráfico, ellos opinan que en nuestra ciudad son pocos los lugares para los jóvenes, y los que hay son tan conocidos que no es necesario hacer tanta publicidad, salvo en ocasiones en que ofrecen algún evento especial o promoción. La publicidad más bien se presenta dentro de los establecimientos, reforzando la venta de bebidas y de cigarros. Melissa en su reporte nos dice: *En cuanto a diseño gráfico cuentan con pantallas de plasma en las que se pasan videos musicales, gente bailando y mensajes de amor y felicitaciones, los anuncios luminosos de cigarros, algunos displays de alguna bebida y las cartas, lo demás ya es diseño interior del lugar que lo cambian cada año mas o menos.*

Los integrantes del grupo consideran que muchas veces no son lugares agradables, pero a falta de otras opciones, pues asisten a ellos. Liz nos comenta: *... lo que veo es un ambiente hostil donde sobrevive el más “fuerte”, donde la presa son las chavitas más borrachas, que por la publicidad se sienten importantes al no pagar cover, y el cazador es el chavo que entra sobrio a buscar entre todas la más atractiva pero con menos cordura.*

Como dije anteriormente, considero muy positivo este análisis realizado por los alumnos, ya que los ellos mismos se dieron cuenta de lo que un mensaje puede causar si es manejado con una doble intención, y de las desviaciones que puede tener una publicidad mal enfocada hacia un publico vulnerable, como son los adolescentes que quieren pertenecer a algo, o sentirse más grandes de lo que son.

Ellos opinaron sobre la importancia de transmitir mensajes con valores, para evitar los accidentes que son causados por el exceso en el consumo del alcohol, y concientizando a los dueños de los antros y las autoridades a cuidar, por así decirlo, a los jovencitos que tienden a abusar de eso.

Realizaron propuestas como la de Adam, que nos dice: *Todo esto se puede lograr con la ayuda de anuncios dentro del lugar que informen, campañas de conductor designado obligatorias e incluso regresar a las personas que no están en condiciones de manejar, en taxi, estas y demás ideas para poder evitar los trágicos accidentes viales que ocurren día tras día en la ciudad por la combinación de velocidad y alcohol, y que en el peor de los casos dañe a terceros que no tienen nada que ver.*

Reporte N° 4

Visita al Ayuntamiento.

Nuestra visita al Ayuntamiento de Morelia era de vital importancia, ya que los alumnos pensaban hacer planteamientos y preguntas, incluso propuestas, a nuestras autoridades en cuanto a todo lo que habíamos trabajado en las salidas anteriores en nuestra investigación de campo.

En dos ocasiones concertamos citas. Nos vimos en la Universidad a tiempo y llegamos juntos. La primera vez esperamos una hora; ahí se encontraba el Secretario de Urbanismo y Obras Públicas, quien era la persona con la que habíamos preparado la cita con un mes de anticipación aproximadamente.

La cita la programamos a las 9 de la mañana, pensando en que una hora y media sería suficiente para abordar los temas preparados por el grupo. A las 10.45 de la mañana, con toda la pena y frustración tuvimos que posponer nuestra salida, ya que la mayoría de los alumnos tenía clase a las 11 am.

Los alumnos se contuvieron en expresar sus opiniones, y agendamos ahí mismo con la secretaria una segunda cita para la semana siguiente. De igual forma nos quedamos de ver en las instalaciones de la Universidad para salir todos juntos y llegar puntuales a las 9. Un día antes, la tarde anterior, me llamaron para cancelar la cita, notificándonos que tenía una reunión con el Presidente Municipal. Antes de llamar a los alumnos, pensé que podríamos hablar en su lugar con el Secretario del Medio Ambiente, que se encuentra en el mismo edificio.

Como el secretario no estaba disponible tampoco, pregunté quién nos podría atender, explicando el objetivo de nuestra visita, y resultó que nadie estaría disponible ese día a esas horas, pero que si yo quería podría ser el siguiente día, o el siguiente.

Al día siguiente nos vimos con los alumnos para comentar lo sucedido. Aquí todo fue capturado oralmente, no pedí reportes, pero me di cuenta de su frustración en nuestra plática. Todos coincidieron en la falta de seriedad de los secretarios, incluso los catalogaron de irresponsables, y con miedo a enfrentar a un grupo de personas que iban dispuestos a hacerles ver sus errores y las grandes fallas que existen en nuestra ciudad. De igual manera ellos querían explicar la necesidad de los diseñadores gráficos, habiendo ya analizado la contaminación visual y ambiental, y proponiendo soluciones viables a la autoridad responsable.

Esto nos dio la pauta para platicar sobre la importancia de la formalidad en todo lo que hacemos. La puntualidad, y el cumplimiento de nuestra palabra son nuestra mejor carta de presentación, lo comentamos ampliamente y todos estuvieron de acuerdo. Nos dimos cuenta que aun de las frustraciones y del no haber podido cumplir con nuestra misión, hubo un tipo de aprendizaje reflexivo, y siempre se puede sacar el lado bueno.

Reporte N° 5

Reporte sobre la influenza y la visión del comunicador gráfico.

Durante el mes de abril, nuestro país se vio inmerso en una gran preocupación debido al brote de influenza humana, en un principio conocida como “influenza porcina” y a la que posteriormente se le llamó “H1N1”, la cual fue el encabezado principal en todos los diarios y noticieros de nuestra nación, al igual que del mundo entero.

El bombardeo de información no tardó en llegar desde todas las emisoras de la República, por ende las escuelas en todos los grados, desde las guarderías, primarias, secundarias, incluso educación media y superior, suspendieron sus clases durante un período indefinido, el cual fue reanudado después de cerca de tres semanas.

Todos los programas educativos sufrieron modificaciones, y en nuestro caso se postergaron los periodos de exámenes, y algunas materias tuvieron que ser recortadas.

Estamos conscientes que este tipo de decisiones no se toman a la ligera, pero aun así, perjudican a todas las comunidades, tanto académicas como de otra índole. Este acontecimiento nos dio la pauta para analizar la forma en que la información llega a los

ciudadanos, y estar de acuerdo o discernir con los medios de comunicación: ¿es concisa, contundente y verdadera? O ¿únicamente se basa en el amarillismo para vender?

Se les pidió a los integrantes del grupo piloto, hacer un análisis y un reporte escrito sobre sus puntos de vista y la información recibida, y de qué manera era asimilada por sus familiares y entorno cercano; asimismo era importante recibir sus opiniones personales en cuanto a la claridad de la información.

Al leer todos los reportes de los alumnos, me dí cuenta que coincidían en muchas de sus opiniones, entre las principales, se les hizo increíble que el gobierno tomara las medidas de una forma tan drástica al cerrar escuelas, incluso universidades, ya que no se daba más información sobre la enfermedad, pero estuvieron de acuerdo a pesar de lo anterior, en que el gobierno tomó las medidas precautorias pertinentes para evitar que la enfermedad se propagara.

Su primera reacción, por consiguiente, fue de incredulidad, seguida por el bombardeo irrisorio de información que en algunos casos se contradecía. En cualquier canal de noticias, no hablaban de otra cosa. La prensa de igual forma, analizaba los casos en todas las ciudades, los más graves, los menos, las fatalidades.

Francisco Pérez nos comenta, en su reporte: *Mi reacción inmediata fue un poco de incredulidad en la seriedad de la noticia, y que tal vez se trataba de una exageración de los medios, en especial de las televisoras nacionales.*

Otro punto en el que la mayoría de los alumnos coincidió, fue en que la gente en su mayoría, cree a ciegas lo que escucha o lee en los medios masivos de comunicación. No se cuestiona ni investiga, y eso para ellos es causa de la ignorancia y el conformismo; y esto es la primera consecuencia de que la gente empiece a inventar situaciones, o de repente se den crisis de pánico.

Liz Treviño nos da su punto de vista: *mi reacción fue siempre cautelosa, a decir verdad siempre puse en duda todo lo que leía, escuchaba o investigaba sobre la influenza. Y es que la cantidad de medios que abordaban eso era casi ridícula.*

De igual forma, Emmanuel Tapia nos aporta su parecer: *En los primeros días frecuentaba mucho más la TV pero conforme fueron pasando los días fui investigando sobre lo que pasaba, en el Internet. Y buscando en varios sitios me encontré con otro punto de vista muy diferente al que estaban dando en los medios masivos de comunicación y que me llamó la atención... Lamentablemente vivimos en una sociedad conformista (...), esto hace que aceptemos la información que se nos presenta en la TV, radio o periódico sin realmente cuestionarnos qué tan fiable es esa información que se nos está dando.*

Hablando de diseño gráfico y habiendo discutido sobre algunas de sus propuestas en las que se pudiera aportar algo para mejorar el tipo de mensajes de esta índole, a nivel nacional, y para todos los niveles de educación y cultura, los alumnos opinaron lo siguiente:

Liz Treviño opina: *yo como diseñadora y después de haberme documentado y preparado mucho, entonces propondría que los departamentos que se encargan de la emisión de estas comunicaciones deben unificar algunos mandatorios gráficos para aumentar la confianza del lector o perceptor y no perder su credibilidad en ningún momento: la credibilidad es algo que aún no se ha recuperado, y eso es lo que me preocupa.*

Francisco Pérez nos da su aportación: *como diseñador gráfico creo que sería bueno manejar un tono de comunicación distinto en las campañas actuales de información sobre el virus, de forma que el mensaje no se vuelva monótono y no encontrar la indiferencia del público.*

Emmanuel Tapia nos comparte su opinión en cuanto a la parte gráfica de la campaña de concientización: *hacer entender a la gente que lo que yo pueda decir o lo que los demás puedan decir no deben tomarlo como verdadero, así como así, sino mejor fomentar la **actitud crítica** para poder discernir entre lo que puede parecer cierto y lo que realmente lo es. El cuestionarse, investigar en diversos medios, comentarlo y discutirlo con más gente para ver cual es su punto de vista acerca del tema, eso es realmente lo que nutre más en cuanto a comunicación se refiere.*

A pesar de los comentarios anteriores, algunos de los alumnos estuvieron de acuerdo en la manera en que el gobierno transmitió la información a través de los medios de comunicación. Melissa Camorlinga opina al respecto: *Los medios gráficos considero que*

fueron los correctos ya que EN TODOS LADOS se hablaba sobre eso y te informaban del tema, en televisión, en radio, en prensa, en Internet, medios impresos (carteles) me imagino que fue en todos los medios en que fuera posible ya que el objetivo era llegar a toda la población de la Republica Mexicana y que no quedara un solo ser humano que no estuviera informado.

Adam Rufino nos da su opinión en la que coincide en varios puntos con la de su compañera Melissa: *toda la campaña de prevención de la influenza como ya dije antes fue adecuada y oportuna porque ya me imagino a los pobres diseñadores que les hayan llegado diciendo que querían una súper campaña de prevención a nivel nacional para el otro día pues no podían retrasarse porque generaría más enfermos y más confusión, así que elaboraron algo de lectura rápida, fácilmente comprensible y muy gráfico para quién lo viera, entendiera en menos de 2 minutos sobre que hay que hacer, yo hubiera con la campaña agregando más información sobre la ya entendida para recomendando diferentes tips o cosas que hacer en prevención y durante el encierro aparte de las ya establecidas ...*

Considero que esta experiencia sirvió para que los alumnos reflexionaran y se vieran inmersos en el impacto que puede causar una buena o mala comunicación en los medios masivos. Asimismo, la magnitud de la situación hizo que la credibilidad en las noticias decayera, ya que algunos medios daban cifras alarmantes y otros las contradecían.

Otra cosa que sirvió mucho para su propio aprendizaje fue que la mayoría de ellos coincidió en que no hay que quedarse con todo lo que uno escucha o ve en las noticias, o en cualquier medio impreso o interactivo. Deben tener un criterio objetivo y una actitud crítica ante cualquier información que reciban; esto les servirá como una herramienta utilísima, no solamente en lo que se refiere a recibir información, sino en los trabajos que ellos realicen, ya que no se deben quedar con la primera hipótesis, sino buscar en diferentes fuentes para que el resultado sea óptimo, verídico y completo.

Conclusiones parciales

Dentro de mi trabajo de campo, pude constatar muchas de las cosas que había pensado a lo largo de mi carrera como docente, pero que no había tenido oportunidad de llevar a la práctica. Confirmé que los jóvenes son receptivos y por lo general están dispuestos y deseosos de aprender, pero no siempre se dan las circunstancias idóneas para que su aprendizaje sea significativo, y eso sucede por diversas y numerosas razones.

Hoy en día, debido a las nuevas tecnologías que en la mayoría de los casos tienen que ver con la comunicación, la capacidad de concentración e imaginación de los jóvenes ha disminuido considerablemente, ya que se han vuelto más visuales y sólo se interesan por la información que tiene movimiento, gráficos, colores, y que puede ser interactiva y en donde logran obtener respuestas inmediatas a sus cuestionamientos o dudas. Por lo menos esa es la definición que muchos adultos tienen del estudiante universitario actual.

Durante los cuatro meses que duró nuestro trabajo de investigación, me di cuenta que con las herramientas adecuadas, una fuerte motivación y el guiar al alumno para sacar sus propias conclusiones, cometer errores y participar activamente en su proceso de enseñanza, su aprendizaje trasciende más allá que una simple nota académica.

Nuestros debates y discusiones los ayudaron a construir un amplio sentido crítico, opinaron sobre los temas específicos que tratamos y en donde en unos estuvieron de acuerdo entre ellos pero en otros no, aprendieron a sostener sus puntos de vista, sin miedo a ser juzgados por el resto del grupo, creando un ambiente de compañerismo enriquecido por el intercambio de propuestas y opiniones.

Al finalizar nuestras reuniones, era importante considerar cuál había sido el objetivo principal de esa visita o salida en particular; analizar los puntos en los que coincidían sus opiniones y en los que no estaban de acuerdo, qué cambiarían y por qué, y si creían que eso tendría trascendencia en su preparación como diseñadores responsables y comprometidos con su entorno social. Una vez terminada la discusión procedíamos a las conclusiones y comentábamos cuál sería nuestra siguiente tarea encomendada, la cual era revisada en los días posteriores, para que ellos mismos estuvieran preparados en la siguiente salida.

Creo firmemente que ésta es una de las mejores formas de guiar a nuestros estudiantes, en donde ellos mismos construyan el conocimiento, conozcan y comprendan los problemas que ellos pueden solucionar, y mediante la investigación y experimentación lleguen a deducir sus propias conclusiones logrando óptimos resultados con propuestas viables en cada caso.

Esta experiencia fue muy enriquecedora tanto para los alumnos como para mí en todos aspectos, en lo personal y en lo profesional. Fue un tiempo de reflexión y acercamiento con los alumnos, en los que tratamos temas de toda índole y nos dimos cuenta que trabajando en equipo las cosas muchas veces se pueden solucionar mejor; ellos se sintieron privilegiados como participantes de este grupo piloto, y sus conclusiones serán abordadas en el siguiente y último capítulo de este trabajo.

Y sin adelantarme demasiado a las conclusiones de mi investigación, puedo afirmar que me siento por demás satisfecha con los resultados obtenidos, pudiendo implementar este tipo de metodología en mis futuras asignaturas.

Capítulo 6

Propuesta de Modelo Académico. Propuesta de formación integral con un grupo piloto de la carrera de diseño gráfico en la Universidad Latina de América. Sistematización de una experiencia de investigación – acción con los estudiantes de la UNLA.

Introducción

El Modelo Académico tiene como finalidad orientar la planeación, operación y evaluación académica del modelo educativo. Es una configuración esquemática y una representación simplificada de la realidad (Escudero, 1981).

A lo largo de nuestra investigación de campo, hemos podido constatar la importancia del trabajo real con un grupo de alumnos de diseño de la comunicación gráfica, fuera de las aulas. El conocer directamente los problemas que aquejan a nuestra ciudad y darnos cuenta mediante vivencias reales de las carencias que enfrentamos, considerando soluciones que podrían estar a nuestro alcance como diseñadores gráficos, nos da la pauta para proponer una nueva forma de enseñanza aprendizaje en esta nuestra tan mal comprendida profesión.

En este caso, la posición del docente es simplemente como asesor. Debemos confiar en el criterio de los estudiantes de una manera objetiva, para poder guiarlos en las investigaciones que deben realizar, siguiendo una metodología planteada en cada caso para llegar al objetivo deseado. No debemos limitarlos a decir lo que nosotros queremos, sino darles las herramientas necesarias, fungiendo como asesores de los proyectos, pero dejando que ellos lleguen a sus propias conclusiones, correctas o erradas, pero tomando en cuenta ésta como una nueva forma de aprender. Ellos deben prepararse para tomar sus propias decisiones, configurando sus trayectorias de formación y de acuerdo a intereses particulares, pero identificando los problemas específicos que se les plantean. Esto requiere de un trabajo constante en su estancia en la universidad, con sus profesores como guías pero siempre estimulándolos para que ellos sean los que tomen las decisiones finales.

6.1 El estudiante en la actualidad

Para poder analizar el comportamiento del estudiante hoy en día, es importante hacer una comparación con el entorno actual en el que ellos se encuentran, ya que de ninguna forma es equivalente al de nuestros padres o incluso de nosotros mismos. Tenemos distintas prioridades, la tecnología es hoy en día una parte fundamental en el desarrollo de los niños desde los primeros años de su formación académica y las comunicaciones han hecho que todo gire en torno a un mundo globalizado, esa inmediatez que a mediados del siglo XX ni siquiera se podía imaginar.

Con la metodología tradicional, apunta Fernando López Noguero, se decide que los alumnos no pueden aportar nada a su propio desarrollo intelectual y los condenamos a escuchar nuestros discursos, muchos de ellos carentes de interés para nuestros estudiantes, por lo alejados que se encuentran aquellos de su realidad y contexto cercanos (López Noguero, 2007, p. 44)

Como hemos puntualizado en capítulos anteriores, la enseñanza tradicional no es opción en la actualidad por varios factores, y mucho menos en el contexto de la educación superior:

- Las generaciones actuales requieren dinamismo, debido al bombardeo de información en su entorno, es preciso poner en marcha su creatividad e ingenio para aprender de una forma significativa.
- Anteriormente, el alumno y el maestro sólo se relacionaban por medio de los contenidos, el profesor llevaba la batuta en la dinámica de la clase y el ambiente era tenso, severo y estricto.
- Dentro de la enseñanza y sus contenidos, no existía un enlace con la vida diaria y los aspectos cotidianos que ayudaran a la comprensión del conocimiento y poderlo llevar a cabo en la práctica.
- La relación que hoy en día se presenta entre alumno y facilitador o profesor universitario es muy distinta a la de la antigüedad, que era autoritaria y poco flexible; hoy existe una interacción que hace que el alumno sienta más confianza al exponer sus dudas o externar sus inquietudes.
- Los problemas ecológicos y de concientización social requieren fomentar en los

alumnos, desde sus primeros años, un respeto a la naturaleza y su entorno, temas nuevos que deben ser enseñados sobre todo con prácticas reales.

Éstos, entre otros factores que se irán exponiendo a lo largo de este capítulo, hacen que así como la vida ha cambiado en el entorno familiar y social, debemos pensar que la educación universitaria debe ofrecer nuevos retos reales a los futuros profesionistas, quienes son el motor de progreso en nuestro país, y todos los demás países en vías de desarrollo. Toda evolución requiere de un cambio, y está en las universidades asumir una conciencia progresista facilitando a los estudiantes las herramientas necesarias para poder llevar a la práctica nuevos conocimientos.

Como seres humanos, en todos aspectos somos perfectibles, pero no cabe duda que la práctica hace al maestro, y puedo afirmar que en los últimos nueve años en los que me he desempeñado como docente de educación superior en diversas asignaturas, mi percepción hacia el alumno y nuestra relación, ha cambiado considerablemente.

Una reflexión muy atinada de Ma. De la Paz Prendes Espinoza en su artículo *La innovación tecnológica en el sistema escolar y el rol del profesor como elemento clave del cambio*, que considero muy atinada, dice: "el alumno ha de cambiar también su rol y buscar un rol activo en la construcción de su propio proceso de aprendizaje. Ya no sirve el alumno que se limita a asimilar información, sino que ha de ser crítico, indagador, reflexivo, investigador, creativo".

Por lo tanto, el aprendizaje ya no es unidireccional. Debe existir el diálogo, el debate y el cuestionamiento en las aulas. El estudiante debe generar su propio conocimiento gracias a la dirección de un buen docente, capacitado para desarrollar el espíritu investigador en él, y siendo simplemente un facilitador de las herramientas que el alumno necesite.

Esta época en la que vivimos actualmente es bastante compleja, ya que el mundo está cambiando vertiginosamente y las comunicaciones inmediatas nos hacen estar vinculados de una u otra forma a diferentes sociedades y formas de vida. Es por eso que la educación se encuentra en una transición y requiere de un cambio en su estructura.

No podemos vivir estáticos ante un mundo tan cambiante. Debemos acoplarnos como docentes a una nueva realidad en todos aspectos y sobre todo en la enseñanza. Nuestro papel debe ser de facilitadores del conocimiento, y el alumno debe dejar de ser la parte pasiva de ese aprendizaje, siendo el protagonista del mismo.

Como docentes, debemos estar conscientes que la cantidad de información y la facilidad y rapidez con que es obtenida, hace que los alumnos en la actualidad sean más inquietos y por lo general más demandantes, teniendo poca paciencia a la hora de recibir instrucciones de una manera pasiva. Es por eso que también es importante considerar la actitud del docente frente al grupo; debemos ser firmes a la hora de dirigir al grupo aunque flexibles y respetuosos, y manteniendo el control, pero transmitiendo confianza y seguridad.

Como adultos, no necesariamente debemos estar “peleados” con los estudiantes, a pesar que aún no concluyen el difícil proceso del cambio y madurez que va de la adolescencia a la adultez; es por eso que considero que nuestra actitud es crucial al momento de decidir ser parte de su formación académica, y por ende parte importante de su vida.

6.2 La motivación al cambio

Según la Real Academia Española, motivación significa “Ensayo mental preparatorio de una acción para animar o animarse a ejecutarla con interés y diligencia”. La motivación en la actualidad puede decirse que es uno de los principales elementos en el aprendizaje significativo. Es tan importante en los procesos de enseñanza, que ya no es posible prescindir de ella.

Como nos describe López Noguero (2007, p.84), las principales variables que influyen decisivamente en la motivación e interés de los alumnos son:

1. El docente: dependerá mucho de su personalidad en la motivación del alumno, especialmente en características como la preparación cultural y profesional, su soltura didáctica, simpatía, amenidad, laboriosidad, pasión y entusiasmo pedagógico.

2. Los procedimientos de enseñanza que utilice: es decir, las técnicas que ponga en juego, elegidas de una forma secuencial y razonadamente.
3. El ambiente en el aula: se refiere a la situación en que se encuentre y desarrolla entre sus miembros, ya que si es un ambiente de confianza, la motivación aumenta. Aquí también se podría agregar la disposición y relación que existe entre los integrantes del grupo, el mobiliario, la cantidad de luz y ventilación, etc.

Por lo general, en el ámbito universitario hoy en día, aún sigue siendo una forma de enseñanza la didáctica tradicional, una exposición unidireccional del profesor, que lejos de aportar un aprendizaje significativo en el grupo, crea apatía y desidia en los alumnos, incrementando la falta de interés en materias fundamentales que podrían ser muy atractivas en su comprensión, si se utilizara la investigación permitiendo a los alumnos analizar los problemas de una manera directa.

Es muy importante también, para incrementar la motivación en los estudiantes, estructurar de manera simple pero concreta, los contenidos y contextos de las asignaturas, con el fin de poder llevar la creatividad con cierto orden establecido, lo cual da al alumno la solidez y confianza de lograr los objetivos deseados.

Desde mi propia experiencia considero importantísimo, dar al alumno la confianza de participar con sus opiniones, propuestas y experiencias, y fomentar la crítica constructiva en el resto del grupo, haciendo hincapié de que ésta es una forma muy enriquecedora de aprender. Se debe transmitir entusiasmo a los alumnos buscando sus intereses y la forma en que ellos lo puedan exteriorizar, criticando y opinando de una forma objetiva, para que no pierdan la confianza en este tipo de dinámicas.

Para conseguir el interés del alumno universitario, se debe ofrecer un ambiente flexible, integrador, “culturalmente intenso, pero a la vez relajado e informal, descentralizado, democrático, rico en estímulos e instrumentos” (La Cueva, 1999, p.8, citado por López Noguero, 2007, p.87) en el que coexistan variadas situaciones de aprendizaje y la posibilidad de generalizar y asumir significativamente lo aprendido.

La motivación para enseñar, así como toda actividad que se realiza profesionalmente, debe encontrarse dentro de la persona, debe ser un entusiasmo interior el que salga del propio docente a la hora de transmitir los conocimientos a sus alumnos.

Peter T. Knight (2006, p.81) nos hace ver las circunstancias que contribuyen a que las personas tomen en serio la enseñanza y traten de hacerla bien:

- Amor a la profesión y a las personas, el amor desbordante que no busca nada a cambio.
- Diálogo y coaprendizaje con los estudiantes.
- Entusiasmo e, incluso, representación teatral en el teatro-aula.
- La esencia del logro profesional.
- El descubrimiento de la propia voz.
- Sensibilidad con respecto a los estilos de aprendizaje.
- Compromiso con la ayuda a los estudiantes para que desarrollen una visión personal profunda.
- Integración de los intereses investigadores personales en el aula.
- Amor a la propia asignatura.
- Espontaneidad intelectual y emocional.

Otra faceta adicional, que en lo personal considero como un factor importante, es la alegría. La alegría de convivir con los jóvenes para transmitirles conocimientos académicos, pero también valores y la responsabilidad social para con su entorno. Y esto sólo se puede hacer por medio de la convivencia, el trato personal y el ejemplo. He aprendido, de igual forma, a lo largo de mi desempeño como docente, que muchas veces los profesores queremos dejar afuera de las aulas nuestros problemas, nuestras angustias del día a día, y eso humanamente no es posible; creo que es mejor llegar con una actitud humilde y sincera, claro, no dar detalles, pero, ¿por que no decir que nos sentimos agobiados, tristes, desesperados?, ellos entienden y se solidarizan más de lo que uno pudiera imaginar, y lo he constatado en muchas ocasiones.

Muchas veces nos predisponemos al enfrentarnos con los jóvenes, ya que los consideramos inmaduros, desmotivados y agresivos, como si estuvieran en el bando de

los enemigos, pero sé que llegando con una actitud diferente, al exponerles las cosas y hacerlos parte importante de nuestro proyecto de enseñanza-aprendizaje, el poder intercambiar puntos de vista, el tomarlos en cuenta de una forma seria, hace que ellos mismos se sientan seguros de sí mismos, de que sus opiniones cuentan y que de esa forma pondrán su mejor esfuerzo.

6.4 Docente, Asesor o Facilitador

No existe un método infalible que garantice el aprendizaje absoluto en cualquier alumno, en cualquier época, universidad o asignatura. Pero sí existe y siempre ha existido, el docente interesado en su desempeño personal, y en procurar lograr un bien para con su objetivo principal: sus alumnos.

Un profesor universitario debería cuestionarse en la forma en que imparte sus clases, con el fin de analizar sus carencias y mejorar su dinámica al transmitir de una forma adecuada los conocimientos a su grupo de alumnos. Muchas veces la forma de impartir una clase funciona de maravilla con un grupo, ya sea por su tamaño, el horario en el que se imparte la materia, o simplemente por la personalidad misma del grupo; lo cual en otras ocasiones no funciona con otro por diferentes circunstancias.

López Noguero (2007, p.55) señala muy acertadamente, que el docente deberá ser versátil y poseer una importante capacidad de adaptación metodológica a las circunstancias que le vayan surgiendo en cada momento, ya que cada acción formativa requiere métodos y técnicas concretas a fin de ser más efectivos y alcanzar los objetivos que nos hemos propuesto.

Como lo hemos señalado anteriormente, debemos actualizarnos y adaptarnos a estos tiempos de cambio, así como a los nuevos contextos y realidades que la sociedad demanda, y por ende la enseñanza superior, tratando de evitar los métodos de enseñanza caducos y cerrados, que únicamente desmotivan al alumno y le generan apatía y desinterés. Debemos abrirnos a las nuevas generaciones siendo creativos y flexibles, ajustando nuestros programas a sus intereses reales con una visión clara del entorno en el que vivimos, claro que nunca perdiendo el objetivo principal en cuanto a su aprendizaje.

Marcelino Cerejido, notable investigador y catedrático argentino, nos comparte su forma de pensar en relación con el aprendizaje del alumno: si el profesor pudiera estar en contacto directo con el alumno, si lo fuera observando y conociendo a lo largo de discusiones y prácticas, los exámenes serían innecesarios. Incluso, si necesitara tomarlos, éstos deberían ser meros controles de la calidad de enseñanza, para constatar si el alumno que se está formando concuerda con el que se proponía formar (2008).

El profesor universitario (de diseño) no es sólo un facilitador de información, sino debe enseñarles procesos estratégicos a sus alumnos para aprovechar al máximo los contenidos de las asignaturas. Debe proporcionarles las herramientas necesarias para construir argumentos válidos con los que sustenten el conocimiento adquirido y llevado a la práctica dentro del taller de diseño.

Hablando de la profesión de diseñador gráfico, que es en realidad uno de los puntos que nos concierne en este trabajo, así como la enseñanza del mismo, es muy importante fomentar en los estudiantes una sensibilidad especial que les sirva para poder traducir mensajes lingüísticos a gráficos.

El desarrollo de la sensibilidad es un trabajo completamente personal, acumulativo y perseverante. Es una actitud curiosa, permeable, crítica, entusiasta y constante respecto al tema de interés; y solamente la inmersión entusiasta en un tema permite el desarrollo de un grado suficiente de sensibilidad (Belluccia, 2007, p.107).

Un buen diseñador gráfico debe poseer esa sensibilidad para realizar mensajes con buena calidad visual, ya que sin esa cualidad, los mensajes carecerán de legibilidad y sobre todo de contenido. Es ahí donde en papel de un docente creativo, entra de una manera preponderante en la formación del alumno. No se trata de resolverles los problemas ni los cuestionamientos planteados, al contrario, se trata de motivarlos a la investigación, a la adquisición de un bagaje cultural rico y amplio, y como mencionamos en un capítulo anterior, fomentarles la lectura de una forma contundente, lo cual muchas veces se puede hacer compartiendo experiencias en torno a ella, y por ende, con el ejemplo.

Como nos subraya Raúl Belluccia (2007, p.109), de una base de datos pobre, raramente saldrá algo interesante. Es necesario fomentar la investigación no sólo en los estudiantes

de diseño, sino en todos los alumnos que pretenden obtener una formación universitaria de calidad. El ampliar su cultura, el conocer la historia y ver qué se ha hecho en tiempos anteriores, el analizar que funciona y que no, es ayudarlos a ampliar su sentido crítico y propositivo.

En una plática reciente que tuve con un excelente maestro de diseño, Manuel Gutiérrez Aguilar, quién además ejerce la profesión de diseñador desde hace 20 años, y ha sido docente universitario por una cantidad similar de tiempo, me comentaba que muy seguido cuestiona a sus alumnos sobre la credibilidad y vulnerabilidad que ellos tienen hacia la información que reciben de su entorno. Él dice: “ ¿cómo saben que lo que yo les digo es verídico y que toda la información que yo les transmito es la verdad absoluta?, deben aprender a ser críticos en sus observaciones, a no quedarse con la información que yo les expongo, sino investigarla y cuestionarla. Sobre todo eso, cuestionen, pregunten, analicen; no se queden con una sola teoría, documenten sus argumentos para que éstos sean contundentes y tengan la menor cantidad de errores posible”.

Si todos los maestros pensáramos así, si nosotros mismos cuestionáramos nuestra preparación y tratáramos de actualizarnos para ser mejores, si fuéramos propositivos en cuanto a lo que predicamos e infundiéramos ése hábito de la investigación en nuestros alumnos, ¡qué diferente sería nuestro propio desempeño en las aulas universitarias, así como en la vida cotidiana!

De igual forma, al enfrentar a los alumnos con ejercicios de evaluación de trabajos presentados oralmente, uno como “moderador” debe tener control del grupo para poder dirigir debates objetivos entre ellos mismos; la crítica constructiva siempre funciona si se hace de una manera imparcial y con el principal fin de aprender de los errores cometidos. Aquí podemos aprovechar la enseñanza de la retórica, la cual en su sentido más amplio, es la teoría y práctica de la elocuencia, sea hablada o escrita.

Las palabras tienen un poder de persuasión y un poder de disuasión. Y tanto la capacidad de persuadir como la de disuadir por medio de las palabras nacen en un argumento inteligente que se dirige a otra inteligencia. Su pretensión consiste en que el receptor lo descodifique o lo interprete; o lo asuma como consecuencia del poder que haya concedido al emisor (Grijelmo, 2000, p.31).

El trabajo del diseñador gráfico consiste en crear un mensaje con una intención persuasiva, y el docente debe insistir en que el alumno sustente su propuesta en base a una investigación previa sobre el problema de comunicación que intenta resolver gráficamente, y de igual forma para poder argumentarlo. Guiado por el maestro, recopilará y clasificará niveles de rendimiento de piezas similares a las que él tendrá que diseñar, para saber cuáles son las mejores, qué errores se cometen más seguido, etc. (Belluccia 2007, pp.111-112).

Un maestro de diseño tiene la obligación intelectual de explicar a sus alumnos por qué en esta sociedad hay quienes compran diseño y con qué fines lo hacen. Está obligado moralmente a contar lo que sabe y no solamente a enseñar a producir, en abstracto, mensajes diseñados (Belluccia, 2007, p.79).

Considero en este punto que es muy importante que el maestro comparta sus experiencias en el campo laboral como diseñador gráfico. De manera objetiva los alumnos pueden darse cuenta que el maestro ha transitado el mismo camino que ellos, ha tropezado y por supuesto cometido errores, y ¡sabio es el que los reconoce!. Los alumnos aprecian la sinceridad y el compartirles el arduo camino recorrido los hace sentir admiración y motivación, para algún día llegar a cumplir sus metas.

Como nos indica Norman Potter: considero muy importante en un maestro de diseño en la actualidad (y podría aplicarse a casi cualquier disciplina) que a la par de su labor docente, ejerza su propia profesión de diseño ya que de esa forma, un profesor podrá enseñar a través de sus propias experiencias, y los mismos alumnos tienen derecho a suponer que sus profesores les hablan desde el conocimiento de su experiencia personal (1999, p.43).

Lo principal en el arte de la enseñanza del diseño es transmitirles a los alumnos cómo realizar el oficio; las dificultades que implica todo el proceso desde la investigación hasta lograr que el mensaje visual cumpla su objetivo. Es tarea del docente plantear problemas difíciles y reales, y guiar al alumno para que con sus propios medios llegue a la mejor solución. No se trata de resolverles los planteamientos, sino que desde el inicio del proceso el maestro sea una guía que los oriente, que emita juicios válidos en sus correcciones, que sustente sus argumentos con fundamentos verídicos y lo más importante, que logre que sus estudiantes aprendan de sus errores.

Otro punto que un maestro como orientador nunca debe olvidar, es el transmitir a sus alumnos que al realizar cualquier trabajo deben mantener siempre una ética profesional. Nosotros los diseñadores, como comunicadores de formas visuales, somos siempre portadores de valores sociales aunque muchas veces sin pensar en esa como su principal intención. Nuestros mensajes se construyen de imágenes, que ya sea en mayor o menor grado van a tener un impacto evidente en el espectador.

Y como nos menciona Raquel Pelta, todos estos planteamientos éticos enfrentan constantemente a los diseñadores con las numerosas contradicciones de un mundo cada vez más complejo, pero no sólo ellas, sino también a las que emanan de su propia profesión que, por definición, se encuentra profundamente implicada en el sistema productivo. Parece difícil delimitar qué constituye, realmente, una práctica responsable, y cuáles son sus límites (2004, p 75).

6.5 La Universidad Latina de América

Siendo esta institución en la que actualmente me desempeño como docente, y en donde he adquirido la mayor parte de mi experiencia como facilitadora del conocimiento, y por consiguiente en donde he trabajado en mi investigación de campo así como aplicado mi propia metodología de enseñanza, considero pertinente hacer un paréntesis y ofrecer una pequeña semblanza que describa brevemente la historia, misión y visión, de esta importante casa de estudios.

Historia

La Universidad Latina de América (UNLA) a lo largo de los años ha alcanzado metas y logrado importantes avances, sin dejar de reconocer tareas pendientes que la hacen plantearse nuevos objetivos que darán continuidad a aquello que los fundadores de esta institución visualizaron en sus inicios y plasmaron en nuestra filosofía institucional.

Fue en 1990 cuando un grupo de michoacanos concibió la idea de ofrecer a la juventud de su estado y a la sociedad, en general, una alternativa educativa que respondiera a las necesidades y expectativas de un entorno cambiante y de altas exigencias para los profesionistas. Una alternativa que, además de formar en la excelencia académica, se convirtiera en el espacio ideal para alcanzar una utopía: la excelencia del ser humano.

El 3 de septiembre de 1991, convencidos todos de la necesidad de adecuar el quehacer educativo a los requerimientos y retos del próximo milenio, la **UNLA** inició sus actividades en Morelia, capital del estado de Michoacán; siendo el 14 de febrero de 1992 la fecha en la cual se llevó a cabo la inauguración formal de nuestra institución.

Con un número importante de generaciones de egresados de bachillerato, licenciatura y posgrado, así como de profesionalizar hombres y mujeres por medio de los programas de educación continua y extensión universitaria, la **UNLA** ha mantenido como objetivo central dar respuesta a las necesidades de formación académica y profesional que demanda el entorno, siempre con el cometido de contribuir al beneficio y la armónica transformación de la sociedad.

Desde su fundación, la **UNLA** se ha consolidado como una institución ocupada en conservar, incrementar y transmitir el conocimiento, a través de la formación integral y humana de profesionistas, docentes e investigadores. Esto nos hace considerar la importancia de contar con el reconocimiento de instancias acreditadoras que avalen y respalden nuestro quehacer. Por ello, luego de un segundo proceso de autoestudio, el 27 de abril de 2007 la **UNLA** recibió el refrendo de acreditación que otorga la Federación de Instituciones Mexicanas Particulares de Educación Superior (FIMPES); en esta ocasión obteniendo el máximo nivel de reconocimiento que otorga este organismo nacional: la Acreditación Lisa y Llana. Es importante señalar que la **UNLA** es la primera Institución de Educación Superior en Michoacán en recibir este nivel de acreditación, lo cual se suma a haber sido también la primera universidad en el estado en haber sido acreditada por la FIMPES, desde el 30 de abril de 1999. Además, fue la primera en recibir la acreditación de su licenciatura en Psicología por parte del Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación en Psicología (CNEIP) y la primera en obtener la acreditación de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación por el Consejo de Acreditación de la Comunicación (CONAC).

De esta manera podemos asegurar que somos una institución de alta calidad, congruencia, pertinencia y actualidad en los valores que sustentamos, así como en lo académico y en los servicios que ofrecemos.

Misión

La Universidad Latina de América es una institución particular de educación media

superior y superior que, a través de la docencia, investigación, producción y difusión del conocimiento y la cultura, está orientada a la formación integral y de calidad de mujeres y hombres, alrededor de su desarrollo intelectual, respetuosos de la diversidad, comprometidos con su entorno y poseedores de una sólida base de valores humanos, para contribuir a su propia transformación y de la sociedad.

Visión

La Universidad Latina de América será reconocida como la mejor institución de Educación Superior de la región por sus egresados, excelencia en su modelo académico, planes y opciones de estudio, investigación e internacionalización. Contando con la infraestructura y tecnología que permitan cumplir con los proyectos instituciones y colaboradores que cuenten con un alto nivel de desempeño y satisfacción.

Modelo Académico

Con el firme objeto de formar profesionistas capaces de responder a las necesidades del mundo contemporáneo, con una formación sólida en su campo profesional, una visión integral de las problemáticas presentes, capacidad de diálogo con profesionistas de otras disciplinas y dispuestos a enfrentar los retos actuales, así como aquellos generados por la dinámica cambiante y acelerada en la cual se encuentra nuestra sociedad, la Universidad Latina de América desde su fundación se ha caracterizado por responder a las necesidades educativas y de formación de su entorno local, así como de atender a las reflexiones y tendencias de la educación a nivel mundial. A principio del siglo XXI, luego de 10 años de trabajo y una vez construidos sólida y firmemente los cimientos de nuestra institución, inició dentro de la UNLA una reflexión sobre lo que podía y debía ser el futuro de la Universidad de cara al nuevo siglo y conscientes de que el contenido de cada modelo educativo propuesto se mueve en el interior de la historia que lo engendra. De esta manera, asumiendo los propósitos fundacionales con nuevo impulso, se propuso una renovación del Modelo Académico reforzando cuatro ejes fundamentales:

Flexibilidad

Puesto que la forma como las personas se desarrollan y adquieren conocimientos es altamente heterogénea, es importante ofrecer posibilidades de aprendizaje en diferentes tiempos y a diferentes velocidades, en diversos espacios o lugares y con muchos recursos

pedagógicos a disposición de los estudiantes.

Interdisciplinariedad

Formar en el conocimiento y habilidades de la disciplina es necesario, pero es importante reconocer que también lo es saber articular esos conocimientos con otras disciplinas, no con la intención de saber todo, sino de descubrir que hay un campo de respuestas en otros territorios que no alcanzaríamos jamás solos.

Vinculación

Concebir la educación como una educación permanente, requiere la comunicación con escuelas, empresas, gobiernos, familia, comunidades y organizaciones no gubernamentales para elaborar nuevos contenidos y metodologías de aprendizaje más variados y adaptados a diversas condiciones que posibiliten el aprendizaje en los pilares básicos de la educación: aprender a ser, aprender a conocer, aprender a hacer y aprender a convivir.

Autoaprendizaje

Debido al creciente desarrollo científico y tecnológico y a lo que se ha llamado “sociedad del conocimiento”, reconocemos que, si se quiere que los egresados de la UNLA se conviertan en personas provistas de una educación general a lo largo de sus vidas, tendrán que lograrlo emprendiendo la tarea como autodidactas.

Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica

La creciente apertura comercial a nivel internacional provoca una sobre exposición de mensajes gráficos. La planeación y producción de mensajes y productos que satisfagan necesidades de carácter estético y a la vez funcional, tienen que ver con el mejoramiento de la calidad de vida de todos los niveles sociales. Esto hace que se abra una opción de carácter comunicacional: el diseño de la comunicación gráfica. En el mundo actual resulta necesaria la preparación de profesionistas responsables del diseño de los mensajes o productos competitivos en México y el extranjero.

Nuestra meta es, formar profesionistas teórica, técnica y humanamente integrados, capaces de evaluar y analizar, desde una perspectiva interdisciplinar, diferentes

problemas y oportunidades del diseño de la comunicación gráfica, a través del estudio de diversas teorías y propuestas prácticas de las técnicas, las artes y las humanidades, con el objetivo de diseñar, desarrollar y administrar proyectos de producción gráfica que brinden soluciones pertinentes a la necesidades de comunicación gráfica del entorno.

6.6 La propuesta

A lo largo de mi experiencia docente, me he dado cuenta de que la buena enseñanza del diseño (o cualquier otra disciplina, por ende) no es nada fácil, y bastan mucho más que las buenas intenciones de un profesor para poderla llevar a cabo. Se necesita paciencia, objetividad, actualización y mucha investigación. De igual forma, es preciso adecuarnos a los grupos específicos, ya que como mencioné anteriormente, algunas dinámicas pueden funcionar de maravilla con un grupo, y resultar un total fracaso con otro.

La innovación, considerada una parte muy importante en cualquier proyecto social, político o educativo, debe ser una prioridad en su desarrollo en este mundo tan cambiante. No podemos quedarnos estáticos y enseñar de la misma forma que aprendieron nuestros padres o nosotros mismos. Debemos hacer uso de la tecnología de una forma óptima, pero sin abusar de ella. Muchos alumnos de diseño no conciben su aprendizaje sin una computadora, ya que más que una herramienta la han utilizado como “muletilla” para crear diseños frívolos, sin contenido ni trascendencia, lo cual es una razón por la que existe una falta de cultura de nuestra profesión, argumentando que cualquiera que maneje una computadora puede hacer diseño, y esa es una total falsedad.

Pude constatar, durante la investigación de campo, que los alumnos están ávidos de conocimientos, siempre y cuando no sea de una manera estática e invariablemente de la misma forma dentro de un salón de clases. Estoy consciente que hay materias que no pueden ser impartidas desde otra locación, y que la teoría muchas veces será mucho mejor abordada sin distracciones y dentro de un salón de clases. Existen diversas formas de impartir las clases teóricas de una manera más dinámica, ya que siendo los alumnos de diseño más visuales, se pueden reforzar estas clases que son básicas, con diapositivas o imágenes proyectadas, lo cual refuerza los textos de una forma contundente.

Pero, en la mayoría de los casos, los alumnos no asimilan de igual forma los contenidos y contextos reales por diversas circunstancias, empezando porque de entrada a muchos les cuesta trabajo concentrarse y poner atención a la voz adormecedora de un profesor que habla y habla y no les llega a motivar.

Otra cosa que he podido verificar a lo largo de mi trayectoria profesional, es promover la visita a museos, de cualquier tipo, ya que de esta forma amplían sus horizontes y se cultivan gracias a la visión de mundos y culturas diferentes, fuera del aula, y en contextos totalmente diferentes. El ver cosas diferentes, y sobre todo conocer lo que se está haciendo en otras partes del mundo los motiva a querer aprender y tratar de aplicar su creatividad en lo que hacen.

Concuerdo con lo que dice López Noguero con respecto a la motivación. La principal dificultad es motivar al alumno, ya que muchas veces esta motivación surge de actividades faltas de sentido y generalmente apegadas a un libro de texto. No es suficiente el interés y la motivación, ya que también es necesario que el alumno entienda y asuma el sentido de las actividades que deben realizar. La persona necesita ser consciente del sentido y finalidad de una tarea para poder identificarse con ella y esforzarse en su realización... la explicitación de las finalidades, la búsqueda de sentido y comprensión, la negociación y participación en cualquier acción fomentan la implicación del alumno en tales actividades (2007, p. 83).

Pero, ¿qué es verdaderamente lo que motiva al alumno?, ¿a esta juventud inquieta hostigada por las comunicaciones y las nuevas tecnologías? Hemos de analizar primeramente, lo importante que es el que los alumnos acudan a una institución de manera formal para adquirir una formación universitaria.

En primera instancia, una parte importante del aprendizaje es la convivencia en grupo. Se puede ver claramente la actitud y el comportamiento de los alumnos de los primeros semestres en la universidad, ver su evolución a lo largo de ocho o nueve semestres, y el verse como personas totalmente distintas cuando terminan su formación académica. Esos cuatro o cinco años de formación universitaria marcan un cambio radical en ellos, ya que además de adquirir los conocimientos por lo menos básicos, que utilizarán para ejercer una profesión que posiblemente sirva para su propio sustento, es un tiempo en el que se desarrollan intelectualmente llegando al principio de su adultez.

Los estudiantes aprenden mucho los unos de los otros; no sólo de los libros o de la ayuda de tutores. Eso indica las ventajas de una vida académica: un área cada vez más amplia de acuerdos. La experiencia de compartir, cooperar y resolver problemas; en una palabra, la posibilidad de participar en la acción y estímulos de una comunidad determinada con objetivos compartidos (Potter, 1999, p. 31).

Es bien sabido que en nuestro país carecemos de una cultura para trabajar en equipo, y la mayoría de las veces a los alumnos les abrumba tener que hacerlo. El profesor debe motivarlos en ese sentido, y muchas veces funciona mejor que los equipos sean establecidos de manera aleatoria para permitir una convivencia diferente en el grupo, y así conocer las cualidades de los otros compañeros. Son dinámicas a veces difíciles, y si el docente se deja convencer, es fácil que lo orillen a darles gusto; considero que debemos ser firmes y pacientes, y como en toda actividad, cuando hay constancia, las cosas casi siempre salen bien. He comprobado que muchas veces los alumnos manifiestan inconformidades por el simple hecho de hacerlo y sin ninguna razón válida, por su naturaleza rebelde, pero con mucha paciencia y tenacidad terminan haciendo con gusto lo que se les propone.

Otro aspecto que considero muy importante es la confianza que como profesores debemos transmitir a nuestros alumnos. Y con esto me refiero a la credibilidad que nosotros les podemos tener. Actualmente, algunos adultos piensan que la juventud está totalmente devaluada; que los jóvenes no se interesan en nada, que son irresponsables, flojos, inmaduros y todos los adjetivos negativos que se les parezca. No niego que hay días en los que no funciona ninguna actividad ni técnica didáctica, hay que ser realistas, pero ¿acaso nosotros en nuestra juventud no transmitimos comportamientos similares?

Muchos profesores no quieren perder ese protagonismo absoluto que les confiere el salón de clases. Están tan ensimismados en su propia persona que pierden totalmente la perspectiva del objetivo principal: el estudiante. Cuando uno les demuestra que confía en ellos, les da las herramientas necesarias para enfrentarse a problemas reales y los motiva para que se adentren en la investigación de soluciones, estando conscientes de su falibilidad pero dándose cuenta que de eso se trata, de aprender de los errores para no volver a cometerlos, es cuando se liberan de falsas inseguridades y se aventuran en el trabajo con una visión propositiva.

Como bien dijo Norberto Chaves en una conferencia impartida en La Habana, Cuba, en julio de 1999: la capacitación de la persona adulta es esencialmente un fenómeno autodidáctico con base motivacional: no se trata tanto de transferencias de conocimientos, sino de su apropiación dinámica por parte del interesado, o sea, el movido por el propio interés (2001, p.132).

En nuestro país existe un gran contraste entre las universidades en cuanto al contexto de enseñanza, y dentro de mi experiencia personal, podría asegurar que lo mismo sucede en la ciudad de Morelia, habiendo impartido clases en las tres que ofrecen la carrera de diseño gráfico y áreas similares. Muchas veces los alumnos y los mismos maestros critican y juzgan de manera peyorativa a las otras instituciones, cosa que me parece una total falta de ética y responsabilidad en la formación de los estudiantes.

Considero que para poder evitar este tipo de rivalidades, podrían organizarse eventos conjuntos en donde las diversas instituciones pudieran participar y aportar cosas diferentes en el ámbito educativo. La vinculación con el entorno, el solucionar problemas sociales que atañen a la comunidad en general, sin distinción de colores por así decirlo, podría ser una buena y enriquecedora experiencia de aprendizaje.

Las universidades deberían ofrecer alternativas conjuntas a la solución de problemas sociales, uniendo esfuerzos para salir adelante ayudando a los más necesitados, de tal forma que los alumnos se involucren y despierten su sentido de responsabilidad social, integrándose en su propia comunidad y de ésta forma fortaleciéndola.

Hoy por hoy no podemos cruzarnos de brazos ante los aspectos más problemáticos de nuestro entorno, y es preciso infundir en nuestros alumnos ese compromiso y obligación para con la sociedad. Debemos hacerles ver que ellos pertenecen a un segmento privilegiado de jóvenes que asisten a la universidad, que están preparándose para superarse y así contribuir con sus propuestas y conocimientos a mejorar su medio ambiente. Pero es trabajo del docente fomentarles sentido de solidaridad y servicio.

Es preciso hacer un énfasis en la formación integral de nuestros estudiantes, que van más allá de su formación académica; todos nos quejamos de la situación actual, pero está en las nuevas generaciones, con ayuda de nosotros mismos como orientadores, el darles la confianza que con su granito de arena, poco a poco podemos construir un mundo mejor.

Todo lo mencionado anteriormente lo he podido confirmar a lo largo de mi experiencia laboral. No todo ha sido miel sobre hojuelas, ya que sería utópico y engañoso decir lo contrario. Pero estoy absolutamente segura que apostar por la juventud es una de nuestras principales obligaciones. La carrera de docente es de las más difíciles, pero también de las más gratificantes.

A lo largo de mi vida he constatado que “todo lo que vale, cuesta” y el poner todo el empeño, estar conscientes de nuestras limitaciones pero siendo perseverante, se pueden lograr las metas que uno se proponga, por inalcanzables que parezcan. Es importante predicar con el ejemplo, hacerles ver a nuestros estudiantes que todo lo que se propongan lo pueden lograr, siempre y cuando tengan bien claros sus objetivos y pongan su mejor esfuerzo para lograrlos.

Durante nuestro trabajo de campo, tuvimos un gran acercamiento como grupo, y pudimos ahondar en los temas que más les preocupan. Es un hecho que la juventud actual está en un constante asedio de información debido a los medios de comunicación inmediatos, pero no por eso son indiferentes a los problemas que les atañen como nueva generación. Me pude percatar que valorando sus opiniones y tomando en cuenta sus propuestas, ponen de manifiesto su creatividad en cuanto a la posible solución de los problemas que están a su alcance.

Eso no solamente se debe llevar a cabo en la universidad, sino dentro del mismo aprendizaje de la vida diaria. Es muy fácil que ellos mismos se encuentren desmotivados, ya que la etapa de la vida en la que se encuentran es de suma fragilidad, en lo que dejan de ser adolescentes para construir y forjarse una vida propia, y poder llegar a ser autosuficientes, hombres y mujeres de provecho que aporten a la sociedad.

Creo firmemente que el convivir como orientador de jóvenes universitarios es un trabajo difícil, pero lleno de recompensas. Pero para eso es preciso concientizar a los profesores, a toda aquella persona que quiera fungir como educador de las nuevas generaciones, que en un mundo lleno de nuevas tecnologías, en donde muchas veces las máquinas ocupan el lugar de compañeras, requieren sensibilizarse con la ayuda de guías más humanos, que sepan inculcarles los valores que en la actualidad se encuentran tan devaluados.

Se propone en concreto, llevar a cabo investigaciones que hagan ver a los estudiantes, a lo largo de sus estudios profesionales, los problemas a los que la sociedad se enfrenta y que está en sus manos solucionar. Deben darse cuenta durante el tiempo que tengan a los docentes como guías, que son quienes pueden dar ese acercamiento y los deben orientar a encontrar una mejor solución. Es importante que se aborden diversos temas con los alumnos de los primeros semestres, para que ellos se den cuenta del quehacer del diseñador gráfico, y analicen si en verdad cuentan con esa vocación.

Para esto es importante que el docente esté dispuesto a impartir algunas de sus materias fuera de las aulas, que saque a los alumnos a investigar y conocer los problemas desde su propio contexto, que hable con la gente, que aprendan a observar cuáles son las carencias reales y de que forma un diseñador gráfico puede contribuir con sus conocimientos y preparación para solucionarlas.

Los planteamientos no han sido fáciles, y es necesario trabajar con ahínco para lograr nuestros objetivos. Es por eso que nos sentimos fuertes y optimistas en la realización de este proyecto. Hay que cambiar desde adentro, desde donde nosotros mismos empezamos, en nuestro pensamiento, nuestra forma de vida, lo que tenemos cerca, y transmitir ese cambio en nuestro propio contexto. Y los jóvenes están ansiosos de esa atención, de llevar a cabo nuevos proyectos, de proponer y hacerse escuchar, de convertirse en profesionistas propositivos, con ganas de aportar su granito de arena, y transformarse en ese nuevo diseñador, para un nuevo entorno.

6.7 Conclusiones y aportaciones del grupo piloto

Durante el tiempo que se llevó a cabo nuestra investigación, fui muy insistente con el grupo piloto de que sus aportaciones fueran francas y espontáneas en nuestras exploraciones, ya que ellos eran la esencia y la parte medular del trabajo de campo, y su contribución sería la base para proponer una nueva forma de enseñanza del diseño gráfico. Llegamos a tener algunos conflictos principalmente por la falta de seriedad de algunas de las personas que nos habían dado cita para las entrevistas, las cuales se cancelaban o posponían, sin poder llegar a concretarse debido a la falta de tiempo y disponibilidad de la mayoría de los alumnos.

Sin embargo, esto nos hizo reflexionar sobre el profesionalismo y la seriedad de cualquier funcionario, o persona que nos recibiría, y la imagen que proyecta, al cumplir o no con su palabra y formalidad. De cualquier forma todo fue parte de importantes experiencias de aprendizaje, el valorar el tiempo de los demás empezando por el personal, la puntualidad de los integrantes del grupo, y sobre todo el sentir que era necesario cumplir debidamente con lo acordado.

Al concluir con nuestro recorrido, a lo largo de aproximadamente cuatro meses, la mayoría de los alumnos se sintió satisfecho con el aprendizaje llevado a cabo, gracias a las experiencias vividas como grupo, interactuando y compartiendo opiniones valiosísimas. Una de las alumnas menciona que se da cuenta que como diseñadores de la comunicación, nos interesa todo, nos damos cuenta que podemos contribuir en todos aspectos a mejorar el aspecto de nuestra ciudad, y hacer la vida más amable de los que en ella habitan.

Ella misma comenta que esta experiencia le deja un crecimiento importante, y sobre todo se da cuenta del gran deterioro que existe en nuestra ciudad, y de igual forma nos dice, y la cito: “Pude comprobar de alguna forma que la ignorancia es contra la que debemos de luchar, contra la apatía y el desinterés de muchas personas, lo cual no es fácil pero tampoco es imposible”, fragmento de las conclusiones de Elizabeth Treviño León.

Todos ellos expresaron, dentro de sus mismas conclusiones, que este tipo de proyectos deberían ser parte de la enseñanza universitaria de manera formal, que se requiere conocer “en vivo y a todo color” los problemas que atañen a nuestra ciudad y sus alrededores y que se deberían destinar suficientes horas a esta muestra de investigación de campo.

Otro de los alumnos expone la importancia de este modelo de aprendizaje: “los beneficios son amplios y variados, incluso recordar lo que se vio es más fácil de alguna manera que cuando se ve en clase” cita del alumno Adam Rufino Nakamura. Él mismo comenta: la investigación de campo es más atractiva, visual, dinámica e interesante para el alumno y maestro, rompe con lo que se conoce como clase tradicional y resulta algo fresco para alguien que tiene que estar la mayor parte del día en la escuela, incluso podría decir que

es más recreativa y deja de ser monótona. Aparte se lograron buenas experiencias como grupo piloto por lo que sí es una buena práctica académica.

Todos ellos comparten la visión de que es mejor palpar el problema desde su propio escenario, ya que de esa manera empieza una investigación no virtual sino real. Como he comentado en diversas ocasiones a lo largo del presente trabajo, los alumnos la mayoría de las veces se conforman con realizar las investigaciones previas a la solución de un problema, utilizando como principal herramienta el internet. Claro que eso es válido, debido a la cantidad de fuentes que ahí se encuentran, pero muchas veces éstas son de dudosa procedencia. De esta forma, enfrentándose cara a cara con los problemas, se dan cuenta de la gran cantidad de posibles y viables soluciones.

Todos los alumnos también estuvieron de acuerdo en la gran cantidad de contaminación visual que padece nuestra ciudad y en el mal manejo y la ignorancia que se da al diseño gráfico, muchas veces abusando en las campañas publicitarias y políticas, en cuanto a mensajes visuales mal aplicados y al material desperdiciado que afecta de manera alarmante tanto a los recursos ecológicos como a las grandes cantidades de basura que son producidas de manera indiscriminada.

Esto los hizo pensar y darse cuenta que el diseñador gráfico debe responsabilizarse por su entorno y los recursos naturales de nuestro planeta, planteando y proponiendo de alguna forma medios alternativos para la emisión y producción de mensajes visuales. Es muy diferente, como ellos me comentaban en alguna de nuestras reuniones, ver los problemas ecológicos que están afectando a nuestro mundo en la actualidad, como el calentamiento global, la deforestación, la contaminación, entre otros, a poder observar con los propios ojos los árboles talados en los alrededores de nuestra ciudad, el hacinamiento de basura en diferentes puntos cercanos a las viviendas, y la cantidad de mensajes sin ton ni son que son creados sin un objetivo provechoso.

Todos ellos, sin excepción, se dieron cuenta y así me lo hicieron saber en cada uno de sus reportes, de la importancia de nuestro trabajo de campo. Faltó tiempo para abordar todos los temas planteados desde un principio, incluso, conforme fuimos avanzando, todos ellos tenían sugerencias para las visitas subsecuentes. Una de las circunstancias que afectó fuertemente a nuestro trabajo, fue el brote de la Influenza, y como medida

preventiva tuvimos que suspender todas nuestras actividades, pero viendo el lado positivo, la usamos como parámetro en una de nuestras investigaciones.

Conclusiones de los alumnos

Emmanuel Tapia Bedolla

Como propuesta, este tipo de aprendizaje de campo se me hace bueno, aunque debido a causas externas que no pueden ser controladas por nosotros (como fue en el caso de la visita al Ayuntamiento y otras que se puedan presentar) se pierde tiempo y con ello trabajo; pero pues esto ya no está en nuestras manos. Ese es un punto malo de este tipo de propuesta; que tu trabajo depende casi enteramente de otra persona para poderse llevar a cabo.

Me gustó la vez que fuimos a visitar al CIEco, aunque me quedé como si realmente no hubiéramos hecho nada. Pensé que si íbamos a realizar algún trabajo conjunto con ellos al igual que en las demás visitas. Realmente creí debo ser honesto, que íbamos a hacer más de trabajo de diseño, y lo único que hicimos fue en su mayoría reflexión sobre los temas vistos. No digo que esto sea malo, en lo absoluto, lejos de perjudicar esto nutre; es sólo que me quedé como esperando el momento en que empezaría nuestra chamba como diseñadores, después de todo, fuimos presumidos ante las personas del CIEco como parte de los mejores diseñadores de la UNLA.

Por los puntos que veo por lo cual esta propuesta podría ser viable serían:

- ☞ Proporciona una visión más cercana del entorno en que se vive.
- ☞ Genera una discusión sobre temas que son de la incumbencia de todos.
- ☞ Las diferentes opiniones nutren a las estrategias para dar una posible solución al problema.
- ☞ Trabajar en conjunto con personas u organizaciones externas a la escuela es la mejor manera de aplicar el conocimiento interdisciplinario que se nos inculca en la universidad y también nos ayuda para empezar a desarrollarnos profesionalmente y servir a la sociedad.

☞ Y quizás...conseguir buenos resultados que aunque no sean tan notorios en una escala a nivel nacional, puedan servir de ejemplo a otras personas en algún lado y se contagien con esta actitud positiva.

Elizabeth Treviño León.☺

Desde mi punto de vista, uno de los mayores atractivos del diseño gráfico es la capacidad que tenemos, y debemos desarrollar los diseñadores gráficos para integrarnos a trabajos externos, de sumarnos a resultados que no son nuestros, pero poner de nuestros conocimientos lo mejor para que todo se enriquezca. Dice una compañera y amiga mía, que somos diseñadores y a la vez somos *todólogos*, y sí lo creo, pero no como una forma de egoísmo en el que no necesitemos de nadie más y podamos hacerlo solos.

ESO NO, si no por otro lado, somos unos *todólogos* dado que nos interesa TODO, que en todo nos queremos involucrar y quisiéramos cambiar el mundo poco a poco, pero siempre (o al menos eso creo yo) de la mano de otros conocedores y especialistas en su área. Lo cual nos sirve en el diseño gráfico para ampliar los horizontes, y llegar más lejos. Por lo mismo tenemos clientes de todo tipo y de muchísimas áreas, y los perceptores, lectores y consumidores son también infinitamente diversos entre sí.

Ésta experiencia a mí me deja un crecimiento importante, ya que si bien yo conocía el estado un poco deteriorado en el que está mi ciudad, y aunque me interesé desde hace un tiempo en colaborar con el medio ambiente, he logrado abrir más los ojos y ponerme a pensar en ambos lados de la moneda. Pude comprobar de alguna forma que la ignorancia es contra la que debemos de luchar, contra la apatía y el desinterés de muchas personas, lo cual no es fácil pero tampoco es imposible; Por algo existimos diseñadores que hacemos equipos para llevar nuestros granitos de arena. Otra cosa que siento que despertó en mí es la inquietud de no quedarme solamente en lo que concierne al diseño, sino junto con eso, y si es posible al mismo tiempo, empezar a involucrarme mucho más profundamente con causas de mayor impacto y no solamente por el interés comercial o monetario. Me sentiría bastante irresponsable como diseñadora.

Creo también que la idea de salir de la escuela a intentar y en muchas ocasiones lograr tener contacto con personas que se encargan de áreas distintas a la mía, es una

alternativa increíblemente enriquecedora. Los salones son muy útiles para lo que fueron hechos, pero se quedan cortos porque no pueden meterse en ellos todas las ideas, las imágenes y las personas necesarias para que VEAMOS y SINTAMOS la realidad, a la cual nos vamos a enfrentar saliendo y que a decir verdad, no es como la creemos.

Nuestro planeta podría llegar a ser un mayor desastre, nuestro continente tiene muchísimas riquezas que si no explotamos ya hemos desperdiciado y contaminado, nuestro país ni se diga, está lleno de basura gráfica que aventamos sin responsabilidad y que no enseñamos a las personas a recoger después, nuestra ciudad es tan bonita que no deberíamos dejarla así a que se contamine poco a poco. Y aunque muchas cosas no son nuestra responsabilidad directa, si no lo hacemos nosotros, ¿entonces quién?. Yo creo que no hay que desperdiciar esfuerzos, y de una vez desde el inicio hacer un buen equipo conformado por muchos puntos de vista, de muchos conocimientos diferentes y empezar a proponer pero sobre todo a actuar.

Los jóvenes mexicanos tenemos iniciativa, si no todos, la mayoría, y solo debe ser encausada hacia lo que a fin de cuentas será para nuestro bien.

Me parece conveniente como sugerencia el continuar con grupos de este tipo, incluso mejor integrados y claro, con mayor tiempo disponible para algo así de importante. Por algo hay que empezar y yo considero que este intento fue de mucha ayuda para ver que si tenemos interés, y disposición a hacer algo, porque ya sabemos que no hay que quedarnos sentaditos, pero también necesitamos darnos el empujón unos a otros y tener la oportunidad o de plano, nosotros mismos generarla.

Gracias Carmen, me gustó mucho hacer lo que pude aunque creo que pude haber hecho más, y si en alguna ocasión me invitas a otra cosa con mucho gusto lo haré.

Adam Jhesu Rufino Nakamura

En este reporte comentare mis opiniones acerca de este grupo piloto el cual mostraba otra dinámica de dar las clases que era ir directo a la fuente o lo que es lo mismo hacer investigación de campo.

En primera instancia acudir a la fuente directa trae bastantes beneficios pues en primera se enriquece el área visual acerca de ese conocimiento, ahora estas en vivo y a todo color en el lugar tratando con las personas y no desde una presentación en cañón con bloques de texto, esto por supuesto hace que te interese más, conoces mucho más alrededor de esto, es más dinámico y menos enfadoso aunque todo esto tiene como variable lo que se trate y el interés del alumno por conocer, pero de alguna manera se hace más interesante pues es un cambio total de entorno primero, de ambiente, de personas, etc. Aparte una visita a otro lugar no se hace pesada comparándolo con lo abrumador que se puede volver una clase rígida.

Los beneficios son amplios y variados incluso recordar lo que se vio es más fácil de alguna manera que cuando se ve en clase, pero también tiene algunas desventajas las cuales pienso que son: El tiempo de clase es reducido dependiendo del tiempo en llegar al lugar de visita, pues si se parte de la escuela al lugar y luego de regreso se necesitaría recortar el horario de visita para estar a tiempo de regreso en la escuela para la próxima clase y aquí podrían entrar factores como el tráfico, obras viales y distancia transcurrida que podría, si se tuviera muy mala suerte, afectar en la llegada a la escuela y la siguiente clase. Por otro lado si se planteara quedarse a ver en el lugar de visita podría ser algo caótico hasta que todos llegaran o que no se supiera donde es o incluso aquellos que no tienen vehículo tardarían más en llegar, lo cual es fácilmente solucionable si se hace como la Maestra lo resolvió que era llevando a todo el grupo en una camioneta grande igual se podría plantear con el autobús de la escuela.

Pero esos pequeños detalles no afectan demasiado a lo que el proyecto plantea y como conclusión doy que la investigación de campo es más atractiva, visual, dinámica e interesante para el alumno y maestro. Rompe con lo que se conoce como clase tradicional y resulta algo fresco para alguien quien tiene que estar la mayor parte del día en la escuela, incluso podría decir que es más recreativa y deja de ser monótona.

Aparte se lograron buenas experiencias como grupo piloto por lo que sí es una buena práctica académica.

Nallely Prieto

Me resulta interesante el saber que hay diseñadores preocupados por el medio ambiente, a lo largo de este grupo experimental vimos el gran peso que tenemos como comunicadores y creadores de mensajes gráficos, nuestra responsabilidad empieza desde ver qué estamos haciendo con los mensajes, si los utilizamos de manera adecuada, qué consecuencias tendrá sobre el medio ambiente, porque tal vez en la escuela e incluso un cliente opte por lo más bonito, pero quizá esto repercute en el número elevado de basura, es algo que como diseñadores no podemos pasar por alto, porque mientras lo sigamos pasando por alto, seguiremos generando contaminación.

La contaminación que se genera con propagandas políticas, basura, carteles folletos y los grafitis, que decir de estas plagas de mal gusto, que solo manchan las paredes y alteran el orden visual de Morelia. No solo es con lo único que podemos contaminar, la contaminación visual es una de las contaminaciones más frecuentes pero no tan conocidas, todos esos colores, esos anuncios gigantes en calles con cientos y cientos más de colores y anuncios, sin orden, sin jerarquía... lamentablemente sin comunicación, esto me lleva a pensar, en las soluciones que estamos ofreciendo como comunicadores a nuestros clientes, para que estos a su vez ofrezcan al público.

Es bien sabido que la señalización es fundamental en un estado para orientar a la gente, como su nombre lo dice, para señalar donde quedan establecimientos y servicios o bien para advertir de peligros en Morelia la señalización está hecha con los pies, cualquiera que no tenga viviendo aquí al menos unos 2 años se perdería, alrededor del libramiento de Morelia podemos ver señalizaciones mal ubicadas, por ejemplo en el cruce con salida a Charo y libramiento actualmente esta en construcción un puente lo cual debe de ir acompañado de señalizaciones de salidas para las congestiones viales, pero estas señalizaciones no se leen, confunden, en fin en vez de cumplir su principal objetivo, confunden pudiendo ocasionar un accidente grave, es algo que el gobierno de Morelia ha ido pasando por alto, los encargados de obras públicas deben de poner mucho énfasis en este tipo de cosas, los puentes peatonales constituyen un factor clave para la circulación peatonal, sin embargo hay puentes inconclusos, puentes mal ubicados.

Todos estos factores constituyen un gran problema, que como podemos ver no sólo depende de nosotros como diseñadores, si no de todas las personas, muchas veces nos

excusamos echando culpas o diciendo que es parte de nuestra cultura, las cosas serían más sencillas si tan solo pudiéramos leer claramente una señalización o los servicios de un lugar, la ciudad podría verse más ordenada y limpia, si no existieran los grafitis y anuncios atiborrados de colores y mantas anunciando una y otra vez los servicios del lugar. Sería buena idea que implementaran en todas las carreras de diseño, alguna materia sobre sistemas alternos de comunicación gráfica para justamente evitar todo este tipo de problemas o al menos disminuirlos en gran medida.

Melissa Camorlinga

Antes de dar mi opinión y mi punto de vista sobre el proyecto me gustaría agradecer la oportunidad y el haberme tomado en cuenta para un proyecto de este tipo. Gracias.

Como conclusión empezaré diciendo que es muy importante el trabajo de campo, el ver, el analizar y no solo por encima, sino observar todo lo que esta a nuestro alrededor, ya que los diseñadores somos en gran medida visuales y no podemos inventarnos información que no hayamos visto o vivido, pero si es el caso de cualquier modo tenemos que investigar.

Aunque fueron pocas nuestras salidas, las que hicimos fueron unas grandes experiencias ya que nos ayudaron a tener otro punto de vista de las cosas, acercarnos mas a ellas y ser parte del problema por el hecho de ser ciudadanos de Morelia.

El informarse más sobre los problemas, el adentrarnos y el tomar partida en el hacer que como diseñadores veamos las cosas desde adentro y nuestras propuestas sean mas viables y eficaces.

Por otro lado, cuando solo se nos da un tema y no sabemos del problema o no estamos bien informados, a lo primero que acudimos es a buscar en Internet algo sobre el tema, ver campañas antes realizadas y proponer gráficos basados en la información obtenida que muchas veces puede estar incompleto o no ser completamente funcional.

Es por esto que pienso que es mucho más viable realizar las investigaciones de campo cuando es un problema con muchas variantes o muchos puntos a investigar y es tan amplio el campo de investigación.

Los problemas que analizamos a lo largo del proyecto fueron bien abordados ya que nos acercamos a ellos y nos informamos viendo, preguntando y platicando con personas capacitadas sobre los temas, esto ayudo a tener diferentes puntos de vista y aterrizarlos en uno solo que incluyera todo.

Abarcamos también durante este tiempo los problemas más sonados últimamente en nuestra ciudad como la contaminación visual, ambiental, y el alcohol y los anuncios y publicidad que se manejan en los centros de diversión. Gracias por tomarme en cuenta, espero haber servido de algo.

Francisco Pérez

Como comunicadores gráficos tenemos muchas veces la oportunidad de contribuir con la sociedad para una mejora y espero que así haya sido con este proyecto de grupo piloto y también tenemos la posibilidad de participar en proyectos de distintos ámbitos y esto quizás nos permita tener un bagaje mucho mas amplio, pero esto también nos debería hacer un poco mas responsables como profesionales.

En las diferentes actividades que hicimos durante el semestre para el grupo piloto nos pudimos percatar de diferentes situaciones de cómo el diseño contribuye ya sea para bien o para mal, por ejemplo la contaminación visual alrededor del libramiento generada por un mal manejo del diseño en la publicidad de los negocios.

Por otro lado en la visita a la UNAM pudimos ver el uso que hacían del diseño gráfico y como este les era útil de cierta manera debido a sus necesidades de comunicación.

En esta parte pude darme cuenta de la gran ignorancia que hay en cuanto a la necesidad de los servicios de un diseñador gráfico, ya que unos quizás ni siquiera saben que lo requieren y algunos otros que saben que lo requieren lo creen un gasto innecesario o simplemente algo que cualquier otra persona con el conocimiento en los software lo puede realizar.

Como parte de la sociedad creo que falta conciencia de nuestra parte en muchas ocasiones y un poco de compromiso de nuestros servidores públicos pues en las diversas

actividades tanto en este proyecto del grupo piloto como en la repentina en mi dejaron una mala impresión y a mi criterio su trabajo deja mucho que desear.

Creo que hay demasiados temas en los que podríamos seguir indagando y seguir analizándolos desde el punto de vista del diseño gráfico y su causa y efecto en ellos sin embargo pues faltó tiempo creo yo tal vez de parte nuestra.

Me pareció un proyecto muy bueno y me da gusto pertenecer a un grupo piloto interesado en los temas sociales y de cómo estos los podemos vincular con nuestra profesión y desde ésta contribuir para una mejora.

Espero que hayamos sido un poco útiles Carmen, quiero darte las gracias por todo, me gustó mucho el proyecto, realmente me interesan los temas tocados y espero que me vuelvas a invitar a participar en algún otro.

Conclusiones

Como primer punto es importante resaltar la satisfacción y aprendizaje que como docente recibí del grupo piloto en los cuatro meses de convivencia, estudio, investigación y arduo trabajo que realizamos juntos. No es fácil organizar una actividad extracurricular en cuanto a tiempo y disponibilidad de todos los miembros de un grupo, ya que se requieren voluntad y ganas de aprender, así como de aportar cosas positivas al entorno personal.

En un principio pensé que el trabajo de campo sería más complejo, ya que los alumnos no recibirían a cambio una calificación o créditos extras en sus materias. La única recompensa sería el aprendizaje mismo, pero siendo jóvenes todos ellos, eso se me antojaba como poco atractivo, pero a lo largo de nuestra trayectoria me percaté de mi error, ya que todos ellos me demostraron gran interés en la investigación.

El refuerzo positivo y el aprender a lo largo de las experiencias y la investigación, nos hicieron ver que como diseñadores estamos sumamente ligados al entorno social. Nuestra principal tarea es producir trabajos que impacten e informen de muchas maneras, y en algunos casos estos determinan la conducta de las masas. Ese impacto está ligado a la estética del mensaje, pero sobre todo a los valores que consciente o inconscientemente se transmiten.

El diseño estimula la conducta del receptor, lo provoca a adquirir productos y lo persuade a consumir o no artículos que tal vez no necesita. Cambia en cierto sentido la forma de pensar de la sociedad e influye en su comportamiento. Nos damos cuenta, entonces, que el diseño juega un papel muy importante en la conducta del mundo actual.

No es difícil comprender por qué en nuestro país no existe una cultura del diseño. La sociedad debería estar orientada a apoyar nuestra profesión para mejorar el contexto estético y comunicacional en que nos desenvolvemos. El diseño no debería utilizarse únicamente con fines publicitarios o institucionales. Debería usarse como una herramienta fundamental en el refuerzo de valores y mensajes de impacto social, por medio de mecanismos que induzcan a los ciudadanos a evitar las conductas antisociales y la violencia. Debería ser un trabajo multidisciplinario que generara la conciencia social y el trabajo comunitario. En pocas palabras, debemos trabajar para enriquecer la comunicación humana por medio de los recursos y herramientas que ofrece el diseño.

El diseño forma parte de la vida cotidiana de la gente, pero de una manera poco impactante, ya que su uso por lo general recae en los fines publicitarios. El diseño como herramienta en la comunicación humana se basa en el contenido de sus mensajes, en su veracidad y su ética. Pero desgraciadamente el diseño gráfico es en gran medida subjetivo, y a veces los mensajes no llegan de manera contundente. Aún así la mayoría de la gente cree que es una profesión fácil, que nos dedicamos a hacer “dibujitos” y que cualquiera puede ser diseñador.

El diseño gráfico, como lo hemos analizado a lo largo de este trabajo, requiere de una metodología específica y una compleja tarea de investigación. No se trata de expresar mensajes por medio de imágenes únicamente; sino que va mucho más allá de eso. El diseño ha evolucionado a lo largo del tiempo, crea tendencias y parámetros que se insertan en la vida social de los pueblos en el mundo. No es una disciplina estática que se pueda generalizar en todos los ámbitos y en todas las circunstancias. Debe puntualizarse su proceso dependiendo del contexto en el que se encuentre, y cómo se quiera transmitir.

El diseño es un proceso creativo. Un proceso en el que a lo largo del tiempo ha cambiado en su manera de elaboración, pero no en su forma de concepción. El corazón del diseño es el mismo desde que el hombre decidió transmitir mensajes visuales para trascender a las futuras generaciones. Lo que ha cambiado es la técnica, debido a los avances y la evolución tecnológica que se ha dado con el paso del tiempo.

El diseño gráfico utiliza lenguajes estéticos y códigos que lo vinculan a diversas formas de expresión, lo que hace que nuestra profesión esté íntimamente ligada con ciencias como la semiótica, la retórica y la hermenéutica. Forma parte de nuestra vida diaria y su aplicación la podemos encontrar en todo lo que nos rodea. Es una profesión que ayuda a la vinculación y transmisión de mensajes entre receptor y emisor; traduce ideas y las plasma gráficamente de una manera contundente. Busca unir lo racional con lo emocional. Pretende romper paradigmas para llegar al receptor por medio de los sentidos.

En cada proceso, el diseñador debe emplear su creatividad y aún influenciado por las tendencias de la época, debe marcar su estilo personal, elemento importante que lo diferencia del resto de los diseñadores. Y es innegable que es una de las profesiones más antiguas del mundo, y con los avances tecnológicos que se dieron en la época de la Revolución Industrial, la actividad se formalizó.

Pero la enseñanza de nuestra profesión debería ir más allá del simple salón de clases, ya que como lo he comprobado, el diseñador es una figura con un perfil muy especial; su tendencia a encaminarse a vivir de la creación de mensajes visuales no es una simple circunstancia fortuita.

La educación del diseñador no comienza cuando decide formalizarla acudiendo a un centro de enseñanza. Mucho antes, aun sin saberlo, su ser se iba orientando hacia la disciplina proyectual y seguramente buscando acomodar cuerpo e intelecto a la posibilidad de crear mundos, pequeños mundos, pequeños actos de comunicación (Fuentes, 2005, p. 139).

Como lo hemos mencionado en diversas ocasiones, los procesos formativos del diseño no se encasillan en el simple hecho de adquirir los conocimientos académicos, informáticos y tecnológicos que se imparten en las universidades. Son fundamentales, eso es innegable, pero se deben poner en práctica junto con la creatividad y la personalidad del mismo individuo que ejerce la profesión.

El transmitir los conocimientos en nuestro campo es una cosa, y otra cosa es aprenderlos. Son años de trabajo y de adquirir experiencias, de toparse con paredes impenetrables en algunos casos, o de llegar a laberintos muy difíciles de atravesar. Se requiere de paciencia, audacia, curiosidad y reflexión, y eso es para ambas partes, tanto docentes como alumnos. Pero es un constante intercambio de experiencias en donde las dos partes salen ganando.

El desarrollo personal y el crecimiento que adquieren los estudiantes al seguir las bases de una carrera universitaria, los hace reflexionar en el trabajo del día a día, adquiriendo sensibilidad para analizar su entorno y el contexto en el que aplicará sus conocimientos.

El contexto laboral del diseñador es el mundo, tanto el entorno físico primario como el complejo entramado conformado por la cultura humana, sin olvidar el determinante entorno emocional, personal e intransferible de quien diseña (Fuentes, 2005, p. 147).

El aprendizaje que el diseñador debe poner en práctica lo da la vida misma, aunado a la educación formal que recibe, y tomando experiencias desde su ámbito personal a lo largo de su trayectoria por el mundo. Es enriquecedor que cada persona pueda transitar en su propio contexto encontrando relaciones, influencias, hallazgos, fantasías, y cualquier

vivencia personal que le sirvan para transmitir un mensaje y despertar la emoción de su público. Un diseñador nunca desecha nada, siempre lo guarda como bagaje personal dentro de un archivo cerebral, que tarde o temprano utilizará como referente para dar paso a su creatividad individual, y poder crear desde adentro un mensaje original.

Es por eso que yo animo a mis alumnos a leer, a ir al cine, a visitar pueblos mágicos cuando se puede, a conversar con la gente, asistir a museos, tomar fotografías, a platicar con el taquero de la esquina, a debatir los temas que exponemos en clase, a salirnos un poco del programa académico, a exponer sus ideas y a sobre todo a cuestionar. A no conformarse con los conocimientos que reciben, sino a investigar y profundizar lo más que puedan. Que se sensibilicen e incrementen su capacidad de comunicación.

Deben saber que el diseño no se termina cuando ellos llegan al punto final a su mensaje gráfico; se completa cuando éste llega al receptor de una manera contundente, cuando logra entrar al centro emocional del receptor y de esta forma, cerrando el círculo de la comunicación.

El alcanzar el corazón de nuestro público para su propio beneficio, creando mensajes visuales que ayuden a construir una vida más amable para nuestra sociedad, que contribuyan a crear una mejor cultura en la convivencia diaria y ayuden a fomentar la responsabilidad social en todos aquellos que los reciban, será para todos una gran aportación del nuevo diseñador gráfico que pretendemos formar.

Un nuevo diseñador preocupado por su entorno, por su mundo, por la sociedad que tanto clama por un cambio. Y si bien el cambio no sucederá de la noche a la mañana, siempre es bueno tener la esperanza que todos nosotros podemos, trabajando arduamente, contribuir a tener una vida mejor.

Bibliografía

Alvarez Comesaña, Martín, “El consumo del signo”, artículo publicado en www.foroalfa.com, el día 13 de junio de 2006

Ambrose-Harris, (2007), *Fundamentos de la Tipografía*, Editorial Parramón, impreso en Singapur.

Arenzana, Ana y García, Aureliano, (1995), *Espacios de lectura :estrategias metodológicas para la formación de lectores*. México : FONCA.

Aristóteles, (2001), *Ética a Nicómaco*, Editorial Dossat, Madrid.

Baricco, Alessandro, (2002) *Next*, , Editorial Anagrama, Barcelona.

Barnicoat, John, (2000), *Los carteles, su historia y su lenguaje*. México: Gustavo Gili.

Baudrillard, Jean. (1969), *El sistema de los Objetos*, Traducido por Francisco González Aramburu Siglo XXI, México,

Belluccia, Raúl, (2007), *El diseño gráfico y su enseñanza*, Editorial Paidós, Buenos Aires, Argentina.

Bloom, Harold, (2000), *Cómo leer y por qué*, , Barcelona España: Editorial Anagrama Colección Argumentos.

Brown, Lester. R, (2004), *Salvar el planeta*, España: Ediciones Paidós Ibérica.

Buchanan, Richard, (1995) *Wicked problems in design thinking*, Buchanan y Margolín Editores, The idea of design, Londres: The MIT Press,.

Cassany, Daniel, (2006), *Tras las Líneas*. Sobre la Lectura Contemporánea, Barcelona: Anagrama.

Chaves, Norberto, (2006), tercera edición, *El oficio de diseñar*, México: Gustavo Gili.

Coll, C. , (2000), *Constructivismo e intervención educativa*. En: El constructivismo en la práctica, España: Editorial Laboratorio educativo.

Cereijido, Marcelino, (2008), *Ciencia sin seso, locura doble*, México: Siglo Veintiuno Editores, Séptima edición.

Chacón, Alejandro, (2007), *Gestión ambiental*, Universidad de Chile.

Costa, Joan, artículo escrito para www.foroalfa.com, publicado el 10 de marzo de 2008 *Cuarenta años en la enseñanza del diseño 1962 -2002*. Memoria de la Escuela de Diseño del INBA, INBA, México, 2002.

Datschefski, Edwin, (2002), *Productos sustentables. El regreso a los ciclo naturales. El re-diseño de productos*. México: McGraw-Hill.

De Bono, Edward, (2007), *El pensamiento lateral*, México: Paidós Plural.

De Bono, Edward, (2004), *Seis sombreros para pensar*, México: Ediciones Granica, S.A.,

De Sousa, José Martínez, (2001), *Diccionario de edición, tipografía y artes gráficas*, Gijón, España: Ediciones Trea.

Esteinou Madrid, Javier, *El alma cultural ante el modelo de comunicación de mercado*. Revista mexicana de comunicación, año XII, No. 6, julio – agosto 2000, México.

Ferreiro, Emilia, (1999), *Cultura Escrita y Educación. Conversaciones con Emilia Ferreiro*. México: Fondo de Cultura Económica.

Fuentes, Rodolfo, (2005), *La práctica del diseño gráfico*, España: Paidós Diseño.

Florez Ochoa, Rafael, (1998), *Hacia una pedagogía del conocimiento*, Barcelona: MacGraw-Hill.

Frawley, W. , (1997). *Vygotsky y la ciencia cognitiva*: Barcelona.

Frutiger, Adrian, (2000), *Signos, Símbolos, Marcas y Señales*, Barcelona, España: Gustavo Gili editores, 7ª edición,

Garrido, Felipe, *Como leer (mejor) en voz alta. Una guía para contagiar la afición a leer*. Fundación Mexicana para el Fomento de la Lectura, México, sin fecha.

Gómez Palacios, Margarita y otros, (1996), *La lectura en la escuela*. México : SEP.

Grijelmo, Álex, (2001), *La seducción de las palabras*, Barcelona, España: Grupo Santillana Editores, Quinta edición.

Kloss Fernández del Castillo, Gerardo. *Algunos apuntes históricos sobre las escuelas de diseño*, revista Encuadre, Octubre 2006, volumen 2, número 9.

Knight, Peter T., (2006), *El profesorado de Educación Superior*, Madrid, España: Narcea S.A. Ediciones.

Köneman, (2001), *Bauhaus*, España

La enseñanza del diseño gráfico en México. Comité de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (CADU) de los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES), México, 2000.

Lewin, K. (1973). *Action research and minority problems*. En K. Lewin (201 – 216): *Resolving Social Conflicts: Selected Papers on Group Dynamics* (ed. G. Lewin). London: Souvenir Press.

López Noguero, Fernando, (2007), *Metodología participativa en la Enseñanza Universitaria*, Madrid, España: Narcea, S.A. Ediciones, 2ª edición.

Lupton, Ellen y Miller, J. Abbot, (1994), *El ABC de la Bauhaus y la teoría del diseño*, Naucalpan, Edo. de México: Gustavo Gili, SA de CV.

Martínez, Miguélez, Miguel, *Nuevo Paradigma Epistemológico de la Ciencia*, Este trabajo fue presentado en el FORO ÉTICA Y CIENCIA, organizado por la Facultad de Ciencias de la Univ. Central de Venezuela, el 26-27 de abril del 2006.

Maseda, P. *La Escuela de Diseño del Instituto Nacional de Bellas Artes*. Tesis de Maestría, FFL-UNAM, México, s/f.

Meggs, Philip B., (2000), *Historia del Diseño Gráfico*, México: McGraw- Hill/ Interamericana Editores, S.A. de C.V., tercera edición.

Mesa Oramas, M.Sc. Lic. Jesús, *Especialista de Normas y Procedimientos*, Sociedad Havanatur S.A. Corporación CIMEX S.A. página www.monografias.com

Moll, L 1990: "Vygotsky y la educación", Aique, Buenos Aires.

Montessori, María, (1976), *La educación para el desarrollo humano*, México: Editorial Diana.

Mukherjee, Mohit, (2005), Gerente del Programa Educativo, Secretaría de la Iniciativa de la Carta de la Tierra, documento llamado "Una guía de La Carta de la Tierra para educadores, Holanda.

Pelta, Raquel, (2004), *Diseñar hoy, temas contemporáneos de diseño gráfico*, Barcelona, España: Paidós.

Piaget, Jean , (1972)*Psicología y Epistemología.* , Buenos Aires: Emecé.

Piaget, Jean (1988): *La construcción de lo real en el niño*. Buenos Aires: Crítica.

Potter, Norman, (1999), *Qué es un diseñador: objetos, lugares, mensajes*. Barcelona, España: Paidós.

Reflexiones del CELAM 1999 – 2003 (Consejo Episcopal Latinoamericano), *Globalización y nueva evangelización en América Latina y el Caribe*, Bogotá, D.C., Colombia, 2003

Rincón Igea, D. (1997). *Investigación acción – cooperativa*. En MJ. Gregorio Rodríguez (71 - 97):*Memorias del seminario de investigación en la escuela*. Santa fe de Bogota 9 y 10 de Diciembre de 1997.Santa fe e Bogota: Quebecor Impreandes.

Rivera Díaz, Luis Antonio (2004), *El taller de diseño como espacio para la discusión argumentativa*, Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño, Guadalajara, Jalisco, México .

Rivière, A. (1984). *La psicología de Vygotsky*, en: *Infancia y Aprendizaje*. Madrid, nº 27/28.

Sarris, s/f, Departamento de Economía. Universidad de Atenas

Shiva, Vandana, *El mundo en el límite, la producción de ignorancias*. s/f

Shiva, Vandana, *La mirada del ecofeminismo*, Revista de la Universidad Bolivariana, año/vol. 3, número 009, Universidad Bolivariana, Santiago, Chile, 2004

Sirvent Vergara, María Teresa. “El proceso de investigación, las dimensiones de la metodología...”

Tavera Alfaro, Xavier, Entrevista del periódico La Jornada Michoacán, 16 de mayo de 2006.

Taylor, Barbara, (2008) *Cómo salvar el planeta*. Barcelona, España: Ediciones Oniro, S. A.,

Torres, Alfonso, (1995) *La sistematización de experiencias: nuevas búsquedas*, Universidad Pedagógica Nacional, Bogotá, Colombia, .

Yantorno, Alfredo, fragmento es de un artículo publicado en www.foroalfa.org, el 28 de septiembre de 2005.

Consulta Mesográfica

Benavides, L.G., *Sistematización de experiencias educativas*, 2005, Puebla, www.cipae.edu.mx).

www.ecodiseniomexico.org

www.crefal.edu.mx

www.natgeo.tv/especiales/diadelatierra/

Soltero Leal, Sandra, *Ensayo crítico sobre la enseñanza del diseño gráfico en México*, artículo publicado en marzo de 2007 por la revista Episteme de la Universidad Pedagógica Nacional, unidad 112, Celaya, Guanajuato. Disponible en:

www.upncelaya.edu.mx/episteme.

Rodríguez Musso, Alejandro, *El diseño como estrategia cultural*, artículo publicado en www.foroalfa.com, el 2 de octubre de 2006

Ruiz Velasco, Claudio, Comunicador gráfico que estudió la licenciatura en Comunicación Gráfica en la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la Universidad Nacional Autónoma de México de 1994 a 1997, y tiene una maestría en Artes Visuales. Artículo publicado en www.foroalfa.org, el 31 de marzo de 2008.

Miranda Gil, Marcos . *Viaje alrededor de la lectura* [en línea]. México : SEP, 2000. Disponible en Internet en: www.sepic.mx/letras/viaje.html

El papel omnipresente de los sistemas de información en lo glocal. Fragmento del artículo de la página: www.adital.org.br/site/noticia2.asp?lang=ES&cod=19208, 1992

Parodi, Carla, *Diseño y Globalización*, 2007,
<http://carlaparodi.blogspot.com/2007/04/diseo-y-goblalizacion.html>

<http://www.etcetera.com.mx>,

Anexos

Algunos apuntes entregados a los alumnos para su lectura previa a las salidas, en donde se les pide hagan una reflexión personal, y tomen en cuenta todos los aspectos para analizar de una forma objetiva los diferentes temas a investigar.

Primera práctica: La contaminación visual, miércoles 25 de febrero de 2009

■ En la actualidad no existe un control sobre los anuncios publicitarios en la vía pública.

La contaminación visual, añejo problema que aqueja a la ciudad de Morelia ■
por: Claudia Druck León

Mucho se habla de la contaminación que aqueja al mundo, está en boca de todos las grandes cantidades de basura que se generan, de los fuertes impactos ambientales que traen consigo la negativa de verificar los vehículos, la contaminación del aire, del agua. Sin embargo, hay otra contaminación que igualmente deteriora el ambiente, que altera nuestra vida cotidiana y de la que generalmente no se habla con insistencia: la contaminación visual.

Ante su gran crecimiento es apremiante que autoridades, organismos civiles y la misma ciudadanía vuelvan su mirada sobre esta situación, antes de que se convierta en un problema insuperable; hoy en día está de moda, sobre todo en industrias como el turismo, el comercio y la política, donde se le da mucha importancia a la tolerancia en el territorio del espacio.

Año con año se da un incremento en la cantidad de anuncios publicitarios en el municipio; al respecto, el titular de Desarrollo Urbano municipal, reconoció que ni siquiera se cuenta con un censo que determine cuántos existen, mucho menos para determinar cuáles están dentro de la legalidad y cuáles no. Por su parte, el secretario del Ayuntamiento, aseguró que se está analizando la legislación para lograr normar un problema que catalogó añejo.

Del reglamento:

Actualmente la presencia e instalación de anuncios publicitarios en el municipio están regulados por el Reglamento de Anuncios para el Municipio de Morelia, el cual fue aprobado por el Cabildo moreliano en sesión el 12 de junio del 2003, es decir, durante la administración de Fausto Vallejo Figueroa (anterior administración a la actual). Dicho

reglamento se encuentra actualmente en la Comisión de Desarrollo Urbano, sometido a un estudio para la actualización del mismo, toda vez que presenta vacíos legales para normal el problema que aqueja a la capital michoacana.

El Reglamento de Anuncios para el Municipio de Morelia vigente fue aprobado en el contexto de que los anuncios han sufrido cambios importantes que han revolucionado dicho giro mercantil en cuanto a su diseño, estructura y tamaños; se reconoció que Morelia se ha visto invadido por un gran número de éstos, los cuales en algunos sectores de la población han alcanzado un número alarmante.

Cabe destacar que el primer reglamento al respecto fue publicado el 24 de agosto de 1970 en el Periódico Oficial del Estado de Michoacán, el cual fue reformado el 12 de noviembre de 1982; ante estos sucesos fue modificado en la administración pasada, justificando que carecía de señalamiento expreso sobre instalación y de los lineamientos específicos, de lugar, forma, ubicación y limitaciones.

Reglamento con deficiencias :

El secretario del Ayuntamiento, José Luis Marín Soto, comentó que el Reglamento de Anuncios para el Municipio de Morelia tiene muchas deficiencias, “por eso se hizo un ajuste y se mandó a la Comisión de Desarrollo Urbano, en donde estamos ajustando los detalles”. Comentó que toda aquella persona que quiera construir o colocar un espectacular tiene que solicitar permiso al Ayuntamiento, garantizar que cumple con los requerimientos básicos de seguridad, además de que tiene que pagar un derecho que señala la Ley de Ingresos del municipio. “Tienen que respetarse muchas cosas, entre ellas, debe haber cierta distancia entre anuncios para evitar el daño a la imagen urbana; hay mucha gente que los ha puesto sin autorización, por eso tendrán que quitarse todos los que no cuentan permiso y que no cumplen con el nuevo reglamento actual, independientemente de que en el nuevo se buscan puntualizar muchos detalles para evitar los problemas que tenemos”.

Un problema añejo:

El secretario de Desarrollo Urbano, reconoció que en materia de publicidad “hemos tenido muchos problemas”, debido a que todos aquellos comercios o instituciones que cuentan

con anuncios publicitarios o espectaculares “desgraciadamente” no estaban acostumbrados a solicitar los permisos correspondientes, y mucho menos a realizar los pagos que se derivan de ello. Ante esta situación aseguró que el Ayuntamiento de Morelia está realizando una labor titánica para buscar revertir ese tipo de inercias que vienen de años atrás. “Estamos concientes de nuestra responsabilidad y hemos venido trabajando para que se revierta este tipo de inercias”. El secretario de urbanismo comentó : “creo que estamos trabajando y enfrentándonos a una problemática que viene ya de varios años, no de tres, sino de mucho tiempo atrás; es algo que se ha incrementado año con año y desgraciadamente tenemos que hacer una labor de manera personalizada con los propietarios de estos anuncios para que se concienticen de que hay un reglamento y que debemos sujetarnos a él todos”.

Al ser cuestionado al respecto, aseguró que actualmente no se cuenta con un censo para determinar la cantidad de anuncios espectaculares que existen en el municipio, sin embargo, explicó que se está trabajando en ello. “No tenemos preciso el número de anuncios por la gran complejidad del problema, sin embargo, estamos trabajando y esperamos que próximamente podamos abatir este rezago tan grande que se tiene en este sentido; estamos haciendo la regularización de todos ellos. En el momento en que tengamos los avances vamos a tener la información de cuáles sí estaban pagando y cuáles estaban sujetos a la reglamentación o cuáles estaban fuera. Esto es finalmente un proceso que estamos siguiendo para regularizar una problemática que tiene muchos años”. Explicó que existe una división de competencias en materia de anuncios publicitarios, toda vez que los anuncios temporales los maneja la Secretaría del Ayuntamiento y los fijos son competencia de Desarrollo Urbano.

Recaudación de recursos:

Marín Soto explicó que por los anuncios publicitarios se recauda una cantidad importante de dinero; no obstante, dejó entrever que existe una pérdida notable de recursos para el municipio por aquellos anuncios que están fuera de la regulación. “Se está analizando la forma de cómo hacer que bajen los que están irregulares; hay problemas por la antigüedad, esto nos lo heredaron de hace mucho tiempo”. Según el Plan de Desarrollo Municipal 2005-2007 del Ayuntamiento de Morelia se establece que por el rubro de Licencias por Anuncios Publicitarios se recauda una cantidad de 6 millones de pesos.

La contaminación visual

Todo elemento, actitud o circunstancia que altere determinados parámetros del entorno, y que sea motivo de un cambio negativo en nuestra conducta o persona, puede definirse como un agente “contaminante”. La salud de la población se ve agredida por innumerables factores externos a cada individuo, los cuales incidirán, muchas veces, en su equilibrio psíquico. Y esa contaminación visual, que es el cambio o desorden en el paisaje, ya sea natural o artificial, afecta las condiciones de vida y las funciones vitales de los seres vivientes que habitan esta ciudad. Una de las manifestaciones más evidentes de esta contaminación agresiva la constituyen los anuncios publicitarios conocidos como espectaculares.

Estos proliferan a lo largo y ancho de la ciudad colocados estratégicamente para ofrecer productos de todo tipo. La nueva modalidad son los espectaculares a nivel del piso, sobre todo los que rodean y cercan las obras donde se realizan grandes construcciones; pero igualmente contaminan los pendones publicitarios, los edificios que rompen la armonía del entorno urbano, los desagradables diseños en los interiores, la televisión misma, entre otros; se convierten en estresares visuales que afectan al ser humano y su actuar cotidiano. Ante estos problemas, el tema de la publicidad y de los espectaculares en las ciudades, causa fundamental en la contaminación visual, es todavía más difícil de controlar sin una legislación apropiada. Son las autoridades las que deben poner soluciones y establecer las reglas del juego, cuando menos en lo que se refiere a la ubicación de tales anuncios y la calidad, cantidad y la seguridad de sus estructuras.

Porque, para evitar desgracias como las que han ocurrido en el Distrito Federal y que han obligado al gobierno capitalino a retirar estos armatostes, es necesario que el Ayuntamiento de Morelia trate de definir exhaustivamente la situación de donde pueden colocarse los espectaculares. Es cierto que un reglamento ya existe, mas al parecer, para efectos de control, carece de la eficacia necesaria.

Conclusiones

Nos damos cuenta después de esta lectura, que tal vez haya cierto interés por parte del municipio de regular lo que afecta nuestro entorno como lo que se describe como

“comunicación visual” pero a pesar de existir un reglamento, éste no se lleva a cabo. ¿Por qué? ¿Cuáles crees tu que son las razones por las que se siguen rompiendo las reglas?

CIEco

El Centro de Investigaciones en Ecosistemas (CIEco) es una dependencia de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) que está dedicada a la investigación científica, a la formación de recursos humanos y a la difusión de conocimiento a la sociedad. La comunidad científica del CIEco pretende aportar conceptos teóricos, metodológicos y tecnológicos que sean útiles para el entendimiento de sistemas socio-ecológicos sustentables. Para ello, el Centro realiza estudios sobre conservación, restauración, ordenamiento y aprovechamiento de los ecosistemas, sus recursos y servicios, desde una perspectiva interdisciplinaria, donde confluyen disciplinas de las ciencias naturales y sociales.

Misión

Generar conocimiento científico y tecnológico de alta calidad para la adecuada conservación, restauración, ordenamiento y aprovechamiento de los ecosistemas, de sus recursos naturales y servicios, en la perspectiva de ayudar a construir una sociedad sustentable. De esta manera pretende responder a la necesidad de entender la problemática ambiental y de buscar soluciones a la misma.

Enfoque

El trabajo del CIEco está basado en una concepción integral de la práctica científica, que reconoce la necesidad de un abordaje interdisciplinario, transescalar y participativo del manejo de ecosistemas, sus servicios y sus recursos. Esto significa estudiar de manera conjunta los ecosistemas, los actores que interactúan con el entorno natural, así como los medios técnicos y culturales que éstos utilizan para manejar dichos sistemas, con la intención de contribuir a su mantenimiento futuro.

La investigación en el CIEco aborda dos grandes áreas temáticas:

- Investigación en procesos ecológicos: Se estudian los fenómenos y procesos

ecológicos que ocurren en los diferentes niveles de organización y a distintas escalas espaciales y temporales.

- Investigación en manejo de ecosistemas: Se analizan los procesos de interacción entre las sociedades humanas y la naturaleza, en particular, los aspectos económicos, sociales y culturales relacionados con tales interacciones.

La investigación está enfocada a entender el funcionamiento de los sistemas naturales, generar modelos e información que sirvan como base para el diseño de estrategias sustentables de manejo de ecosistemas.

Ante la grave crisis ambiental se ha reconocido la importancia de abordar los problemas desde perspectivas interdisciplinarias en proyectos de colaboración intra e interinstitucional.

En el CIEco se realizan actualmente ocho proyectos grupales enfocados al manejo de ecosistemas que incluyen temas como ordenamiento, aprovechamiento, conservación y restauración y son:

- Dinámica, estructura y funcionamiento de un bosque tropical seco en México (Proyecto Cuencas).
- Manejo de ecosistemas y desarrollo humano: estudio de la cuenca de Cuitzeo, Michoacán.
- Producción sostenible de hatos de cría de ganado.
- Manejo de bosques tropicales en México: bases científicas para la conservación, restauración y el aprovechamiento de ecosistema.
- Recursos genéticos de México: manejo *in situ* y bioseguridad.
- Bioenergía y cambio climático: un estudio multiescalar.
- Dimensiones humanas y biofísicas de los bosques tropicales secos de América.
- Generación de criterios y técnicas para restauración de bosques de coníferas.
- Marco para la evaluación de sistemas de manejo de recursos naturales

incorporando indicadores de sustentabilidad (MESMIS)(*Acceso a MESMIS interactivo*)

Vinculación con el entorno social

Objetivos:

- Promover la divulgación científica
- Dar respuestas a las demandas sociales de información
- Apoyar la presencia y participación del CIEco en espacios públicos de interacción social
- Canalizar las necesidades y demandas sociales al interior del Centro para la formulación de proyectos de investigación científica

Preguntas de investigación para la visita del CIEco

¿Qué líneas de investigación siguen para la realización de sus proyectos?

La investigación del CIEco está enfocada a entender el funcionamiento de los sistemas naturales, generar modelos e información que sirvan como base para el diseño de estrategias sustentables en el manejo de ecosistemas.

Aborda dos grandes áreas temáticas:

1. Investigación en procesos ecológicos: fenómenos y procesos ecológicos que ocurren en los distintos niveles de organización de los ecosistemas
2. Investigación en manejo de ecosistemas: análisis de procesos de interacción entre las sociedades humanas y la naturaleza, en particular, los aspectos económicos, sociales y culturales relacionados con tales interacciones. Existen proyectos grupales con visión interdisciplinaria e interinstitucional

¿Hay alguna propuesta específica o programas de responsabilidad ecológica y social que se lleven a cabo dentro del trabajo específico del CIEco?

En general, la mayor parte de los proyectos del CIEco con un componente social parten de una responsabilidad ecológica y social que como investigadores tienen ante la sociedad.

A nivel institucional y específicamente en el campus, se procura el ahorro de hojas de papel, ahorro en agua y energía, el reciclaje de insumos, el composteo, reciclaje de arbolitos de navidad (en diciembre) y algunos académicos procuran la separación de desechos en sus hogares.

Existe un proyecto titulado “canasta verde” que consiste en que cada miércoles venden productos orgánicos y directos de los productores en el CIEco, tratando de incrementar la conciencia entre los consumidores por un comercio justo y saludable. También se apoya a comunidades que están interesadas en la producción de insumos orgánicos y de buena calidad.

¿Cuáles son las principales preocupaciones del CIEco?

Realizar investigación ecológica que aporte conceptos teóricos, metodológicos y tecnológicos que sean útiles para el entendimiento de la relación sociedad-naturaleza de forma sustentable.

Abrir espacios y canales de comunicación con otros sectores distintos al académico y con otras disciplinas para crear juntos estrategias de trabajo que se integren de manera armónica y aportar así a la construcción de sociedades sustentables.