

## Enseñanza de investigación en diseño gráfico: El Covid-19 como premisa para diseñar un "gameplay trailer"

Actas de Diseño (2024, julio),  
Vol. 46, pp. 173-177. ISSN 1850-2032.  
Fecha de recepción: julio 2023  
Fecha de aceptación: mayo 2023  
Versión final: julio 2024

Rudy Ivanoff Ascue Yendo, Fiorella Carhuancho Quijada y Enrique Chiroque Landayeta<sup>(\*)</sup>

**Resumen:** La Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) en su modelo educativo promueve la investigación como una competencia que todo alumno debe tener. Por ello, en el curso Diseño Digital 2 de la carrera de Diseño Gráfico, se adaptó "La guía de investigación en Diseño" (PUCP, 2019) como material de aprendizaje. Esta divide el proceso de diseño en tres etapas: inducción al contexto y problema específico; conceptualización sobre el desarrollo del tráiler del juego; y validación donde los estudiantes tuvieron que probar el video en usuarios. Todas estas partes fueron adaptadas al nivel de competencia curricular que los estudiantes tenían y a los plazos establecidos en el semestre.

**Palabras clave:** Investigación – enseñanza – aprendizaje – diseño gráfico – diseño de movimiento – videojuego.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 177]

### Introducción: La investigación como competencia genérica del modelo educativo PUCP

En Perú, desde el año 2016 con la creación de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU) y la promulgación de la "Ley Universitaria" (N° 30220) se inició la promoción de la investigación en los diversos centros de educación superior. Diversas universidades entraron en un proceso de acreditación, tomando la producción de investigación como un indicador fundamental para conseguir estándares de calidad internacional. La Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) participa activamente en este proceso, actualizando continuamente su modelo educativo por competencias y su plan estratégico institucional (PEI), donde la investigación es una competencia genérica y un eje transversal para la formación de estudiantes de todas las carreras de la casa de estudios.

Bajo este marco institucional la especialidad de diseño gráfico PUCP en el año 2020 actualizó el perfil del egresado, siendo una competencia específica del egresado la de investigación en diseño: "Desarrolla la investigación sobre problemas y situaciones del contexto social e institucional relacionados con el Diseño Gráfico. Genera conocimiento y sistematiza experiencias a partir de tendencias en diseño local y global: metodologías, teorías de la disciplina y recursos tecnológicos, con un pensamiento crítico" (Perfil del egresado en diseño gráfico, 2020) En ese sentido, los cursos de esta especialidad deben centrarse en alcanzar dicha competencia tomando en cuenta el año de estudios del estudiante.

### El curso Diseño Digital 2: sus estudiantes y la evolución de las competencias del curso

El curso donde se inserta esta experiencia de enseñanza de investigación en diseño gráfico es Diseño Digital 2, donde se enseña a desarrollar proyectos de diseño de movimiento o motion design a estudiantes del tercer año de la carrera de diseño gráfico. Se dicta en el segundo semestre, de agosto a diciembre, en clases de cuatro horas lectivas una vez a la semana y con un valor de 2 créditos. Recibe a estudiantes de 18 a 19 años, en su mayoría no trabaja; vive con su familia o algún familiar; y, llevan entre 7 y 5 cursos en el mismo ciclo. Además, una característica común de la audiencia es que tienen un énfasis marcado en el manejo de tecnología y suelen buscar información procedimental en internet.

Diseño digital 2 nace el año 2012 implementando 3 competencias: 1. *Investigación* definida como el proceso de conceptualización y creación de una pieza de diseño. 2. *Usabilidad, comunicación y tecnología* descrita como la pericia en el uso de los software de diseño y la eficacia del diseño en el usuario. 3. *Lenguaje gráfico* referido a la originalidad de la obra diseñada (Perfil de salida 2011). Como se mencionó, hacia el año 2020 el curso implementó cambios debido al nuevo perfil de egreso, condensando estas tres competencias en la de «Comunicación gráfica eficaz». Por otro lado, se vio conveniente agregar la competencia de «Gestión de proyectos de diseño», pues el proyecto está pensado para ser planificado, coordinado y desarrollado en grupos de dos estudiantes.

Además, en esta edición del curso como objeto de innovación se trabajó la nueva competencia de *Investigación en diseño*. Esto con el fin de introducir a los estudiantes en la indagación de un contexto y problema específico para que a través del diseño gráfico encuentren una solución posible.

## La enseñanza - aprendizaje en el curso Diseño Digital 2: el desarrollo de la competencia de “Investigación en diseño”

Esta nueva incorporación afectó tanto la metodología como la estructura general del curso. Por un lado, la metodología del curso consistió en clases magistrales virtuales activas para explicar el desarrollo del artículo corto de investigación y conceptual del video gameplay trailer. Clases demostrativas virtuales para la parte procedimental del software de diseño (After Effects). Tutorías con monitoreo continuo para resolver dudas a cada grupo de estudiantes. Y evaluaciones retro informativas que permitieron a los alumnos validar sus conocimientos de forma autónoma a través de recursos virtuales gamificados en las plataformas de Genially y Movit. La plataforma usada para transmitir las sesiones de clase sincrónicas fue Zoom y las grabaciones de las mismas fueron puestas a disposición de los alumnos en la plataforma Moodle de la Universidad.

La estructura del curso se basó en el método de la Guía de investigación en Diseño PUCP que propone la “investigación a través del diseño o *research through design*, la cual combina la teoría y la práctica para brindar nuevas soluciones de diseño” (Frayling, 1993/4). Entonces, el curso se construye en base a 3 fases propuestas por esta guía: inducción, conceptualización y validación que conducen a la producción de un *artículo de investigación* y evidencian el proceso de creación y validación de la hipótesis o el producto (video gameplay trailer). Además, es necesario tomar en cuenta que el “artículo corto de investigación” fue adaptado, tomando en cuenta el tiempo en que se desarrolla el curso, las competencias que deben ser cubiertas en el mismo y el nivel de las capacidades en la búsqueda de información de los estudiantes.

La unidad 1, denominada “estudios de inducción”, duró las dos primeras clases del ciclo. En esta fase se planteó como problema general el contexto del Covid-19 y se propuso un ejercicio colaborativo para que los estudiantes identifiquen problemas específicos a través de un “árbol de problemas” en la plataforma virtual Miro. Luego, cada grupo seleccionó un problema específico para plantear la pregunta a través del diseño bajo la siguiente estructura: ¿Cómo a través del diseño gráfico (multimedia) se contribuye a solucionar este problema específico? Posteriormente indagaron más sobre dicho problema y esa búsqueda fue evidenciada en la sección de metodología del artículo corto de investigación en base a preguntas orientadoras: ¿Cómo lo hiciste? (método) ¿Por qué lo hiciste? (fundamentación) ¿qué hiciste? (principales resultados).

La unidad 2 y 3, denominadas estudios de conceptualización y desarrollo de proyecto, duraron cuatro y seis clases respectivamente. Ambas abarcan la fase de conceptualización de la hipótesis con el prototipado del producto. En la unidad 2 el estudiante indaga y redacta sobre un marco teórico enfocado en dar una respuesta al problema: información a comunicar, enfoque del video gameplay trailer y la metodología para el desarrollo de un producto interactivo. Además, en el estado del arte (estado del diseño) hace un análisis y evaluación de dos experiencias de diseño de productos que hayan resuelto

un problema similar para descubrir la brecha de innovación. Con esto resuelto se establece una hipótesis que da origen al objetivo general y específicos del desarrollo del producto. Luego, en el apartado metodológico del artículo de investigación se desarrollarán estos objetivos específicos a manera de pasos para lograr la primera versión de la hipótesis o prototipado del producto.

La unidad 4, llamada estudios de validación, se desarrolló en las cuatro últimas clases del curso. Esta fue orientada a hacer la validación del gameplay trailer con usuarios tentativos, al ser una investigación piloto y estar en un contexto de pandemia se aconsejó a los estudiantes hacer la validación con sus familiares. Esto se evidenció en el apartado de metodología del artículo donde exponían el antes y el después del producto de diseño. Finalmente, en el capítulo de resultados se describió el producto final.

## Metodología para los hallazgos del desarrollo de la competencia de investigación en diseño

Para sistematizar los resultados, se elaboraron dos tablas de clasificación. La primera consistió en una matriz que contenía dos partes: la primera, compuesta por variables para identificar la correspondencia entre el producto de diseño y el problema planteado (problema específico y tipo, público objetivo, hipótesis, enfoque, descripción del proyecto, componente narrativo, comunicación gráfica eficaz); y la segunda compuesta por variables para identificar la incorporación de las herramientas de investigación en el proceso de diseño (marco teórico, búsqueda de información sobre el problema específico, metodología, referenciación y citado). La segunda tabla tenía por objetivo cuantificar las categorías antes establecidas y organizar los resultados sobre la estructura del curso: inducción, conceptualización y validación.

## Resultados del curso Diseño Digital 2 en relación al desarrollo de la competencia de investigación

Hacia el final del semestre se concluyeron un total de 24 proyectos, cada uno compuesto por un artículo corto y un video gameplay trailer. En la primera etapa denominada “estudios de inducción”, los problemas específicos identificados por los alumnos se clasificaron en 6 categorías según el tipo de problema. Los temas relacionados a lo “conductual” fueron los más trabajados, un 37% del total de equipos identificó problemas que hacían referencia a comportamientos realizados por determinados actores (desacato de normas y descuido de la salud física en el contexto de pandemia). Las siguientes 3 categorías: “socioemocional”, que incluye problemas como el deterioro de la salud mental, problemas de depresión, soledad y estrés; “sensibilización”, que incluye insensibilidad para respetar las normas, la intangibilidad del virus; y los problemas de “falta de información” sobre cómo actúa el virus, cuál es el tratamiento, qué normas de convivencia se deben seguir durante el confinamiento y los nuevos cambios en los protocolos de bioseguridad, fueron pro-

blemas identificados por un 17% del total de alumnos, en cada categoría. En menor medida (8%) se identificaron problemas del tipo “ético social”, relacionados a la compra y venta fraudulenta de balones de oxígeno y del tipo “contextual” en relación a las condiciones deficientes en la que se ve obligado a trabajar el personal de salud. En esta misma etapa, se observó que el 79% de estudiantes amplió la búsqueda sobre el problema específico, aunque en algunos casos no citaron las fuentes y otros no llegaron a completar el enunciado del problema. Solo 5 estudiantes (21%) realizaron una búsqueda superficial del problema.

En la primera etapa de conceptualización, se verificó que el 96% de estudiantes sí amplió la investigación que se había colocado como base en el marco teórico. Sin embargo, se observó que en algunos casos no se colocaron las referencias y, en otros, esta no se realizó correctamente, solo se colocó el enlace al sitio web donde se encontró la información. Para la elaboración de la hipótesis cada equipo seleccionó a un público objetivo: jóvenes (67%), adolescentes (17%), niños y adultos (2%, respectivamente). Para enunciar la hipótesis se planteó la siguiente estructura: «Nombre de proyecto: tipología del producto + qué se busca con el proyecto + enfoque teórico o área de investigación». La tipología ya estaba previamente definida, pues para alcanzar la competencia procedimental era necesario elaborar un video animado corto. Para el enfoque teórico se presentó como ejemplo los videojuegos persuasivos, la mayoría mantuvo este enfoque y algunos propusieron los enfoques: educativo, informativo, de aventura gráfica o actividad física. Para definir «qué se busca con el proyecto» los estudiantes articularon el problema específico identificado con el público objetivo seleccionado. Para la presentación de los resultados se han agrupado estos enunciados en 5 categorías. A través del video gameplay trailer, el 63% de equipos de trabajo buscaban “concientizar” (sobre la importancia de las medidas de bioseguridad, la toma correcta de decisiones, el reconocimiento al personal de salud, las condiciones deficientes de trabajo en el sector salud, entre otros), el 13% buscaba incentivar alguna acción específica como realizar una mayor actividad física o buscar la opinión de un profesional, el 8% buscaba “educar o informar” acerca de cómo se puede afrontar la enfermedad y cuáles son los protocolos de bioseguridad, otro 8% buscaba “promover” la mejora de la salud mental. En la categoría otros se han considerado enunciados que no se pudieron incluir en las categorías anteriores: “acompañar a las personas con malestares emocionales” o “mostrar las consecuencias de incumplimiento del toque de queda”.

En la segunda etapa del proceso de conceptualización, los estudiantes optaron por un enfoque para elaborar el prototipo o video gameplay trailer. Como se indicó previamente, algunos habían propuesto un enfoque distinto al del videojuego persuasivo, pero, al realizar esta sistematización de resultados, los proyectos entregados fueron nuevamente revisados y reagrupados en 4 categorías: Dentro de la categoría “entretenimiento”, se consideraron aquellos videojuegos cuyas mecánicas de juego buscaban entretener al usuario (63%); como videojuegos “educativos” se consideraron aquellos que tenían como eje central transmitir un contenido validado

a través de las mecánicas de juego (25%); dentro de la categoría “contemplativo”, se agruparon aquellos cuyo objeto era atrapar visual y emocionalmente al usuario a través de las escenas narradas (8%); y en la categoría “funcional” se consideraron aquellos que se activaban a través de alguna acción física del usuario. Cabe resaltar que para establecer estas categorías se han priorizado las mecánicas de juego principales en relación a los objetivos planteados por los alumnos, pues en algunos casos los videojuegos propuestos articulaban categorías como “educativo y entretenimiento” o “funcional y educativo”. En esta etapa también se revisó la relevancia que había tenido el componente narrativo en la elaboración de las propuestas de videojuego. Aunque la indicación de planear una historia y personajes fue general, se identificó que para el 46% de equipos, la historia creada sí era fundamental para poder comprender el videojuego y cumplir el objetivo trazado. Para el 54% restante, el componente narrativo estuvo presente pero no era imprescindible para comprender y ejecutar las mecánicas de juego.

Finalmente, para la etapa de validación, los estudiantes realizaron entrevistas cortas a miembros de su familia, registraron las respuestas y las socializaron dentro de sus equipos para poder reflexionar sobre el resultado y elaborar las conclusiones. Del total de 24 proyectos, se considera que 16 de ellos (67%) han logrado el objetivo del curso, para esto se consideró la competencia de Comunicación gráfica eficaz que exige la coherencia entre el producto y dos componentes: 1. problema específico y 2. público objetivo. Fueron 8 equipos (33%) los que alcanzaron parcialmente esta competencia porque solo lograron cumplir con uno de estos dos componentes. En algunos casos la solución respondía al problema identificado, pero la estética y el tono de comunicación no eran los adecuados para el público objetivo seleccionado, y en otros ocurría una situación inversa.

## Discusión y conclusiones

- Los cambios a nivel nacional, en Perú, sobre la promoción de la investigación en los centros de educación superior con la creación de la SUNEDU y la ley Universitaria han afectado de forma positiva en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Esto les ha permitido establecer la actividad investigativa como un eje fundamental en su modelo educativo y plan estratégico institucional que se ve reflejado en las carreras que alberga. En ese sentido, la carrera de diseño gráfico ha iniciado su proceso de evolución de la investigación entendida como el proceso de conceptualización a uno más profundo que añade un problema a solucionar a través del diseño gráfico.
- El curso Diseño Digital 2 ha implementado tres competencias nuevas: 1. Comunicación gráfica eficaz, 2. Investigación en diseño y 3. Gestión de proyectos de diseño. La competencia de comunicación gráfica eficaz absorbió las anteriores: a. investigación, b. usabilidad, comunicación y tecnología y c. lenguaje gráfico. Hay que observar que la anterior competencia de investigación se entendía como el proceso de conceptualización de un proyecto de diseño. A diferencia de la nueva competencia de investigación en diseño que se centra en promover la

exploración sobre problemas sociales para, a través del diseño buscar una solución posible.

- La incorporación de la nueva competencia de investigación en diseño involucra un cambio sustancial en la estructura, actividades y recursos del curso. Por un lado, el curso pasó a tener 4 unidades divididas en estudios de inducción, conceptualización, desarrollo de video gameplay trailer y validación del video. En la primera se investigó el contexto y el problema específico a abordar mediante el método del árbol de problema en la plataforma Miro, se estableció la pregunta de investigación. En la segunda se indaga y redacta el marco teórico enfocado a la solución del problema, se hace el estado del arte donde se analiza y evalúa experiencias de videojuegos que hayan resuelto un problema específico similar para establecer la brecha de innovación, se plantea la hipótesis y los objetivos del proyecto de diseño. En la tercera se accionan los objetivos específicos como pasos para desarrollar la primera versión del prototipo del video gameplay trailer. Y, en la cuarta se valida el prototipo con usuarios o personas cercanas al estudiante.
- La competencia de investigación en diseño ha tenido a bien interactuar con la Guía de investigación en Diseño PUCP. La repartición del método propuesto, por la guía, en estudios de inducción, conceptualización y validación articula de forma conveniente la estructura general del curso. Además, ha servido para tomar la estructura de un artículo de investigación como recurso de registro y reflexión, donde los estudiantes aprenden sobre sus partes, la forma de redactarlo, presentarlo y la relevancia que tiene en el contexto académico.
- En relación a los resultados obtenidos, se han identificado algunos puntos que requieren mayor atención. Es necesario observar más de cerca la transición que hay entre la identificación del problema específico y la propuesta de solución. En algunos casos se ha observado que el problema identificado no se encuentra dentro de las posibilidades de acción del diseño gráfico (ej. condiciones deficientes en las que trabaja el personal de salud). Si bien este es un problema que se deriva del problema general y, en ese sentido, es adecuada su identificación, habría que guiar a los estudiantes para encontrar una manera de enunciar este problema de forma que pueda ser abordado desde el campo de acción del diseño gráfico. También es necesario promover la reflexión sobre el tipo de problema identificado. A partir de los resultados obtenidos, se ha podido observar que quienes abordaron problemas del tipo conductual, socioemocional y ético social tuvieron más dificultades para mantener la coherencia entre el problema y la solución. Sin embargo, quienes abordaron problemas relacionados a la falta de sensibilización o información pudieron establecer de forma más concreta los objetivos e identificar al público objetivo.
- Con respecto a la definición de objetivos, se identificó que los estudiantes que emplearon verbos infinitivos como: concientizar, incentivar, informar, educar y promover, tuvieron menos obstáculos para alcanzar la competencia de Comunicación gráfica eficaz. En este sentido, es necesario analizar estos términos y establecer cuáles son las diferencias entre, por ejemplo, la intención de

“concientizar” y la de “informar”. Algunos estudiantes establecieron como objetivo “concientizar sobre los métodos para tratar la depresión”, aquí cabría hacer esa distinción en base a qué es lo que se espera generar en el usuario, si se trata simplemente de informar o si se busca implicarlo de una manera más profunda con el tema. Es necesario definir estos puntos ya que tienen una repercusión directa en la forma en que se formula el contenido y cómo se presenta.

#### Referencias bibliográficas

- Frayling, C. (1993-1994). Research in art and design. *Royal College of Art Research*, 1(1), 1-5. Recuperado de [http://researchonline.rca.ac.uk/384/3/frayling\\_research\\_in\\_art\\_and\\_design\\_1993.pdf](http://researchonline.rca.ac.uk/384/3/frayling_research_in_art_and_design_1993.pdf)
- Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP). (2016). *Modelo educativo PUCP*. Recuperado el 25 de abril de 2021 de <http://files.pucp.edu.pe/facultad/generales-letras/wp-content/uploads/2018/02/15105817/modelo-educativo.pdf>
- Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP). (2018). *Plan estratégico institucional 2018 - 2022*. Dirección académica de planeamiento y evaluación. Recuperado el 25 de abril de 2021 de <https://dape.pucp.edu.pe/sobre-el-pei/presentacion-del-pei-2018-2022/>
- Hopkins A., Soria C., Ajito E., Montalván J. & Ascue R. (2019). *Guía de investigación en arte y diseño: diseño*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado el 25 de abril de 2021 de: [https://s3-us-west-2.amazonaws.com/cdn02.pucp.education/investigacion/2016/06/12214732/guia-de-investigacion-en-diseno.pdf?fbclid=IwAR3lugtJv4zbLOUXavSK0qF7awOWQ9r9\\_5qjg2jWkHYWsn79GNp4CK2TwFQ](https://s3-us-west-2.amazonaws.com/cdn02.pucp.education/investigacion/2016/06/12214732/guia-de-investigacion-en-diseno.pdf?fbclid=IwAR3lugtJv4zbLOUXavSK0qF7awOWQ9r9_5qjg2jWkHYWsn79GNp4CK2TwFQ)
- El Peruano (2014). *Ley Universitaria*. 30220. Congreso de la República. Recuperado el 25 de abril de 2021 de: <https://www.sunedu.gob.pe/wp-content/uploads/2017/04/Ley-universitaria-30220.pdf>
- Perfil del egresado en diseño gráfico (2020) Pontificia Universidad Católica del Perú. Facultad de arte y diseño. Especialidad de diseño gráfico. Consultado el 25 de abril de 2021
- Dirección de Asuntos Académicos Director (2019) Guía 1: modelo curricular PUCP. Guía de actualización curricular. Recuperado el 25 de abril de 2021 de: [https://s3-us-west-2.amazonaws.com/cdn02.pucp.education/academico/2019/05/21202307/daa\\_guia\\_act\\_mod\\_curricular\\_210619.pdf](https://s3-us-west-2.amazonaws.com/cdn02.pucp.education/academico/2019/05/21202307/daa_guia_act_mod_curricular_210619.pdf)
- Perfil de salida (2011) Proyecto de plan de estudios 2011 - 2020 especialidad de diseño gráfico. Consultado el 25 de abril de 2021.

**Abstract:** The Pontifical Catholic University of Peru (PUCP) in its educational model promotes research as a competence that every student should have. Therefore, in the Digital Design 2 course of the Graphic Design career, “La guía de investigación en Diseño” (PUCP, 2019) was adapted as learning material. This divides the design process into three stages: induction to the context and specific problem; conceptualization on the development of the game trailer; and validation where students had to test the video on users. All these parts were adapted to the level of curricular competence that the students had and to the deadlines established in the semester.

**Keywords:** Research - teaching - learning - graphic design - motion design - video game.

**Resumo:** A Pontifícia Universidade Católica do Peru (PUCP), em seu modelo educacional, promove a pesquisa como uma competência que todo aluno deve ter. Portanto, no curso de Design Digital 2 da graduação em Design Gráfico, “O guia para pesquisa em Design” (PUCP, 2019) foi adaptado como material didático. Ele divide o processo de design em três etapas: indução ao contexto e ao problema específico; conceituação sobre o desenvolvimento do trailer do jogo; e validação, em que os alunos tiveram de testar o vídeo nos usuários. Todas essas partes foram adaptadas ao nível de competência curricular que os alunos tinham e aos prazos estabelecidos no semestre.

**Palavras-chave:** Pesquisa - ensino - aprendizagem - design gráfico - motion design - videogame.

(\*) **Rudy Ivanoff Ascue Yendo:** Diseñador gráfico Peruano de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Especializado en animación, motion graphics e investigación académica en diseño gráfico. Docente universitario en la PUCP desde el 2010. Fue docente en otras universidades e institutos como la San Ignacio de Loyola (USIL) y en el instituto Cibertec. Ha realizado y culminado estudios de Maestría en Comunicaciones de la PUCP. Actualmente, está cursando la Maestría

en Docencia Universitaria PUCP y colaborando en la actualización de la malla curricular con enfoque de competencias de la especialidad de diseño gráfico PUCP. **Fiorella Carhuanchu Quijada:** Bachiller en Arte con mención en Diseño Gráfico por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Actualmente cursa la maestría en Antropología Visual en la misma casa de estudios. Es asistente de docencia desde el 2017 en cursos de formación general en arte y diseño gráfico en la misma institución. Es parte del equipo de comunicaciones de Stakeholders Sostenibilidad, medio especializado en Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Participó como conferencista en el «Videojogos 2020 - 12th International Conference on Videogame Sciences and Arts» de Portugal. Participa de forma activa en proyectos de investigación y desarrollo que vinculan arte, ciencia y tecnología. **Enrique Chiroque Landayeta:** Diseñador Gráfico, egresado de la Facultad de Arte y Diseño de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Docente ordinario Asociado al departamento de Arte y Diseño de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Actualmente es Director de la carrera de la Facultad de Arte y Diseño y Coordinador General del Grupo de Investigación AVATAR-PUCP. Su formación de arte y diseño le han dado la oportunidad de integrar diversos objetivos de profesionalización en la investigación como el desarrollo de productos de animación 2D y 3D a través de la dirección de un grupo de investigación cuyo propósito es investigar tecnologías dedicadas a la educación.

## Criterios de calidad para la creación de diseño de identidad

Sandra Guadalupe Altamirano Galván<sup>(\*)</sup>

Actas de Diseño (2024, julio),  
Vol. 46, pp. 177-182. ISSN 1850-2032.  
Fecha de recepción: julio 2021  
Fecha de aceptación: mayo 2023  
Versión final: julio 2024

**Resumen:** El establecimiento de criterios de calidad específicos para la enseñanza y evaluación de la creación de las identidades es un tema indispensable, pues al ser una disciplina creativa, existen subjetividades que impiden resultados de funcionalidad comprobables. Para esta investigación se realizó una revisión bibliográfica, así también se realizaron entrevistas a profesionales especializados en identidad, generando una propuesta de indicadores, que se conformó de 10 criterios.

**Palabras clave:** Identidad corporativa – diseño gráfico – criterios – indicadores – calidad – evaluación.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 182]

### Introducción

El diseño gráfico a través del tiempo ha experimentado una situación compleja al no contar con elementos suficientes para evaluar un producto terminado, así como su funcionalidad de cara al mundo laboral. En el campo del diseño de identidad, es difícil encontrar criterios o indicadores definitivos que permitan establecer estándares de creación y que lleven a una evaluación acertada, lo cual resulta natural al ser una disciplina cuyo trabajo se rige por la creatividad, obteniendo resultados subjetivos, que recaen también en justificaciones difíciles de comprobar y poco fiables; sin embargo, el diseño de identidad se

somete a las exigencias del mercado en cuanto a funcionalidad y resultados óptimos en su aplicación real; es por ello necesario el establecimiento de criterios que permitan al profesional de diseño contar con una guía estándar de criterios de calidad, en el desarrollo de diseño de identidad. La presente investigación se enmarca en el proceso de creación del diseño gráfico, específicamente en el área de diseño de identidad corporativa. Se presentan los resultados obtenidos de entrevistas realizadas a especialistas en identidad, directivos de diversas agencias de diseño ubicados en la Ciudad de Monterrey, Nuevo León, México. El tema es indispensable para adentrar-