

Conclusión

Los problemas de contaminación ambiental y las consecuencias que se derivan de ella tienen una relación directa con nuestra manera de desatender la responsabilidad que tenemos cuando alteramos el orden natural en el ciclo de vida de los recursos que empleamos para nuestro bienestar, el daño que mayor impacto ha causado es el que se deriva de los residuos que se producen en los procesos de extracción, transformación, transporte, uso y final del ciclo de vida; los residuos terminan contaminando el aire, la tierra o el agua. En un *modelo de pensamiento de diseño biónico*; el aprovechamiento de estos recursos debe convertirse en un aporte que favorece la calidad del aire, mejora la fertilidad de la tierra y la calidad del agua; así funciona en el modelo de la naturaleza, tenemos el compromiso y la capacidad para hacer que nuestros procesos de aprovechamiento imiten ese ciclo natural para mantener el equilibrio en nuestro hábitat de 510.000.000 Km²

Referencias bibliográficas

- Cravino, A. (2020). Hacia una epistemología del diseño. En A. Cravino, *Cuaderno 82 Epistemología del diseño* (pág. 34). Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- Escandón, G. (2018). *Módulo para taller de biónica*. Pasto, Nariño, Colombia.
- Papanek, V. (2014). *Diseñar para el mundo real*. Barcelona: Pollen.
- Wood, J. G. (1877). *Nature's Teaching Human Invention Anticipated by Nature*. New York: Cambridge University Press.

Resumo: O presente artigo oferece uma reflexão sobre como se poderiam estruturar as diferentes formas de aplicar a biônica nos processos criativos. Essas reflexões surgem da experiência de ensino responsável pelo workshop de biônica no Programa de Design Industrial da Universidade de Nariño (COL). O artigo propõe quatro abordagens para sua aplicação: biônica formal estética, biônica funcional estática, biônica funcional dinâmica, biônica conceitual. Para cada abordagem, é desenvolvido um conceito e são propostos exemplos.

Palavras-chave: Biônica – Design Industrial – Processos criativos.

Abstract: This article reflects on how the different ways of applying bionics to creative processes could be structured. These reflections arise from teaching experience in charge of the bionics workshop in the Industrial Design Program at the University of Nariño (COL). The article proposes four approaches for its application: formal aesthetic bionics, static functional bionics, dynamic functional bionics, and conceptual bionics. A concept is developed for each approach and examples are proposed.

Keywords: Bionics – Industrial Design – Creative Processes.

(*) **Guillermo Escandon Díaz del Castillo:** Diseñador Industrial de la Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano (COL) Especializaciones en Docencia Universitaria y Pedagogía de la creatividad de la Universidad de Nariño. Estudiante del Doctorado en Ciencias de la Educación RUDECOLOMBIA (Red de Universidades de Colombia). Docente de tiempo completo en el programa de Diseño Industrial – Departamento de Diseño de la Universidad de Nariño.

Desafíos para un docente de diseño en la nueva década

Jonatán Andrés Portugal Gorozabel y
Gianella Lisette Bermeo Quezada^(*)

Actas de Diseño (2025, julio),
Vol. 50, pp. 108-111. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2022
Fecha de aceptación: mayo 2025
Versión final: julio 2025

Resumen: Los vertiginosos cambios que se presentan en el diseño gráfico, traen consigo nuevos desafíos para los docentes de esta disciplina, en el presente artículo el centro de atención se coloca en el análisis de los mismos centrándose especialmente en los fenómenos presentados en el ecuador, evidencia su repercusión en los profesionales del área y aborda propuestas para la acción ante los mismos.

Palabras Claves: diseño gráfico – desafíos docentes – empleabilidad – plataformas de diseño – remuneraciones.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 111]

Introducción

El inicio de una nueva década siempre trae consigo una serie de desafíos a atravesar, esta premisa sumada a una vertiginosa adopción de nuevas tecnologías en las diferentes disciplinas y campos de estudio, conlleva a que las mismas, tengan que evolucionar y adoptar nuevas tendencias.

El campo del diseño y más específico del diseño gráfico no está ajeno a estos cambios y estos desafíos, es por eso que, como docentes del área, es necesario realizar una mirada profunda a los mismos, pero sobre todo proponer acciones para afrontar los mismos.

Una deterioro o infravaloración en la percepción de los profesionales del diseño gráfico genera que los mismos tengan problemas de inserción laboral, sufran de asignación de bajos presupuestos y remuneraciones bajas.

Los procesos de generar ventajas competitivas en el recurso humano y la capacidad de destacar una empresa por su identidad, están basadas en el talento con el que un diseñador gráfico incrementa valor a la marca.

En la actualidad, el trabajo de un gráfico no es reconocido profesionalmente, o éste se encarga de deteriorar su mercado por valores bajos o sueldos que no recompensan su inversión de tiempo o conocimiento aplicado en la creación, lo que no le permite despuntar entre los profesionales mejores pagados del Ecuador

El uso de herramientas digitales, también ha sido un aporte para la desvalorización de los profesionales gráficos, el acceso a plataformas que trabajan con inteligencia artificial, genera facilidades en las personas; crear un diseño a partir de información específica que brinda el usuario. El crecimiento tecnológico permite que el profesional gráfico se adapte a exigencias empresariales y su desarrollo profesional se resuelve en un tiempo más corto.

Diseño gráfico menos interesante en los estudiantes debido a las remuneraciones

Las organizaciones se transforman e innovan constantemente sus procesos y procedimientos en medio de un entorno que busca generar ventajas competitivas, siendo su capital más importante el recurso humano que conforma el equipo de una empresa, y con ello el creativo que da identidad a una marca, un producto, o un espacio, para incrementar su valor.

El Diseño gráfico tiene como objetivo crear y transmitir mensajes a través de la imagen, color y texto (Ortega, et al., 2019), en muchos casos el conocimiento del profesional se adiciona un poco de acuerdo a su malla de estudio o su autoeducación; pero esta profesión se ha ido denigrando por los falsos conceptos de que es “solo un dibujito” o “algo de poner y mover acá”; por lo que en muchas ocasiones las personas que quieren un diseño piensan que no hay diferencia entre contratar un profesional y un empírico. El Mercado del Diseño se ha visto destruido en muchos casos por los mismos profesionales recién graduados que dañan el medio por conseguir un “cachuelo”, los clientes ofrecen un pago bajo, a cambio de una oferta de dar más trabajo, o de conseguir a alguien más para el desarrollo de un trabajo que no toma mucho tiempo.

Se ha permitido que el diseño se desgaste en el medio ecuatoriano por el mal uso de las tarifas y los tiempos empleados para las mismas, pues si analizamos en este y todos los medios existe diseño en todo lo que observamos, desde diferentes perspectivas y especialidades, pero todo espacio tiene la construcción de un diseño.

Cuando nos referimos al Diseño Gráfico en Ecuador, nos enfocamos a un profesional que su nombre suena dependiendo de las obras realizadas para identificar el valor que se le puede poner al contratarlo, en muchas ocasiones, sin darle la oportunidad de demostrar sus capacidades y conocimiento.

El diseñador gráfico en Ecuador está identificado por su área de trabajo, los años de experiencia y el portafolio de clientes con el que haya trabajado; bajo esa dependencia su sueldo inicia en \$425 y su aumento a \$600 se generaría si su experiencia está entre 1 y 2 años y tiene conocimientos de algo específico o requirente de la empresa.

Lo recomendable en la actualidad, es que el estudiante de la Carrera de Diseño Gráfico se desarrolle en el medio laboral mientras estudia; esta actividad aportaría a la creación de un portafolio de clientes y la experiencia de un diseñador gráfico junior, lo que le permitirá acceder al mercado laboral con menos problemas.

La construcción de la experiencia de un profesional gráfico se da bajo la oportunidad laboral en una agencia publicitaria, su acción, conocimiento y experiencia de 3 a 4 años como director de arte, permitiría a un profesional de la rama gráfica ganar hasta \$1500.

El diseño es importante e indispensable en para un producto, el diseño comunica el valor e incrementa su precio en el mercado; por esta razón, el presente artículo busca dar a conocer los fundamentos y bases teóricas que sustentan la gestión del desempeño de un profesional gráfico y la remuneración variable que existe en el mercado bajo un Tarifario Modelo del Ministerio de Trabajo de nuestro país (Lara, 2021).

Uso de plataformas “do it yourself” en el diseño gráfico

En la actualidad, el uso de herramientas digitales ha crecido de tal forma que todos tienen acceso al desarrollo de proyectos bajo conceptos empíricos; con la ayuda de la inteligencia artificial (Flores, et al., 2022), existen programas que generan modificaciones a un concepto inicial; aplicado en el diseño gráfico, existen aplicaciones que permiten crear el diseño de una marca a partir de gustos de letras y colores.

Estas plataformas dan facilidades en su creación por la selección de múltiples opciones bajo gustos y modificaciones puntuales de color, letra y tamaño, lo que permite crear piezas gráficas a bajo o nulo costo (Huerta, 2020), sin tomar en cuenta que, al juntar todas las piezas, una no tiene nada que ver con la otra, estéticamente no se relacionan, no existe una línea gráfica que las identifique como parte de una identidad corporativa; todo esto bajo el concepto de “Do it yourself” (hazlo tú mismo).

El diseño gráfico se ha vuelto un tema de acceso a todas las personas por la facilidad de creación; un imagotipo, logotipo, isotipo o isologo están creados bajo un concepto de composición, manejo de colores y paletas con el análisis de su psicología, tipografías, pesos visuales y la semiótica que permite la comunicación e identidad, construyendo una accesibilidad clara, sencilla y atractiva (Morales, et al., 2021).

Para la creación de una pieza, el profesional gráfico realiza un análisis visual del medio para crear nuevos conceptos o soluciones, trabaja para captar la atención del espectador, y para ello deben conocer bien a qué público dirige el mensaje; es un comunicador visual que plasma en imágenes los mensajes que se necesitan transmitir (Parera, 2017). Muchas veces se confunde el crear un diseño con algo rápido y sencillo; pero establecer rutas que permitan guiar una lectura visual es algo para lo que se necesita conocimiento y preparación, la representación visual de la estrategia de una marca, provoca sensaciones y emociones que la vinculan con sus clientes, lo que influye en su decisión de compra.

Es importante que los profesionales se adapten y desarrollen sus habilidades con base a la era digital, aunque el conocimiento tradicional ha aportado grandes ideas en el medio visual, la evolución ofrece avances que pueden ser grandes oportunidades para los diseñadores gráficos, lo que permitirá adaptarse a las necesidades de las empresas que optimizan y agilizan los servicios de acuerdo con los recursos disponibles.

Generar nuevas ideas para la comunicación de la marca es la capacidad auténtica que tienen los diseñadores gráficos, el impacto y la comunicación funcional sobre una audiencia determinada o un nuevo enfoque de proyectar visualmente información, hechos, ideas y valores útiles (Álvarez, 2021).

Por ellos es importante la preparación y actualización de conceptos gráficos a través de herramientas que amplíen la proyección y el mercado, buscando oportunidades de venta como profesionales que ofrecen sus servicios en las nuevas plataformas que intentan desplazar al Diseñador Gráfico, siendo el concepto y el intelecto de un profesional quien está detrás de una inteligencia artificial que le brinda facilidades de colores y formas.

Profesionales de otras ramas ejerciendo como diseñadores gráficos

Dentro de este desafío se debe de analizar la creciente tendencia a que profesionales de otras ramas ejerzan puestos de diseñadores gráficos, este fenómeno se da principalmente debido a que muchas carreras como complemento de estudios enseñan a sus estudiantes el manejo de determinados programas de diseño dentro de su pensum académico.

Este aporte a los estudiantes de otras ramas, es primera instancia es positivo para los, pero a largo plazo y ante la creciente escasez de plazas laborales en el Ecuador, agravada con la pandemia del covid-19, obliga a que los mismos ya no busquen ejercer sus profesiones, sino

que apliquen a otras ramas en donde poseen medianos conocimientos (España, 2020).

La propuesta para la acción dentro de este desafío es principalmente comunicativa, que desde la academia se desarrolle procesos de brindar información y asesorías a las empresas en donde se pueda capacitar a profesionales de talento humano explicando las verdaderas funciones del diseñador gráfico, exponer sus campos de acción, pero, sobre todo, la importancia que tiene la formación universitaria dentro del conocimiento y desarrollo laboral de los profesionales de esta área.

En resumidas cuentas, un diseñador gráfico no es solo aquel que maneja determinado software de diseño, sino que detrás de esta disciplina está un conglomerado de conocimientos teóricos, prácticos y adopción de tendencias que se deben de tener en cuenta en los procesos de selección.

Se debe visibilizar aquellos conocimientos científicos que se posee, los profesionales en esta área corresponden a un perfil investigativo y analítico, de acuerdo a las necesidades del contexto (García-Cordero, 2017), un estudiante de diseño gráfico, además de aprender el uso del software, aprende de creación de símbolos, de manejo tipográfico, de selección de color, de armonio, de composición y de comunicación visual.

Requisitos exagerados en las vacantes de diseño gráfico por parte de las empresas

Es cada vez más común en el Ecuador observar vacantes de diseño gráfico en donde no solo se solicitan conocimientos de diseño, sino que se exige que esto se complemente con otras disciplinas, si bien es cierto esta tendencia de realizar perfiles exagerados está presente en todas las profesiones, en esta profesión es donde se ve que se solicitan adicionalmente destrezas en administración, ventas, marketing e incluso logística.

Si revisamos ofertas de empleo dentro de plataformas como LinkedIn o Multitabajos, se puede observar claramente que no solo se solicita un diseñador gráfico, sino que, para el mismo puesto y la misma vacante requieren que el postulante sepa de social media, manejo de presupuestos, marketing y manejo de medios.

Para afrontar este desafío al igual que en el acápite anterior se puede realizar actividades de comunicación y capacitación, pero además es necesario trabajar en que los propios estudiantes reconozcan y valoren su carrera, que estén conscientes de los parámetros y de los límites que tiene un diseñador gráfico.

Si bien es cierto si se puede impartir determinado conocimiento básico en torno a la administración, el marketing y las ventas, no se puede desbordar los currículos educativos queriendo abarcar tanto contenido, se debe de tener en mente siempre la característica profesionalizante que se tiene dentro la carrera, los pênsum de diseño gráfico se deben enfocar en desarrollar habilidades artísticas, teóricas, prácticas pero sobre todo investigativas, en los siguientes años el diseño gráfico arribaría a una nueva etapa, la del inicio del constructo teórico (Morales, 2017),

esto quiere decir, cada vez tendremos un diseño más basado en lo teórico, más investigativo y más científico.

Conclusiones

El Diseñador gráfico debe estar abierto al aprendizaje e implementación de tecnología en su crecimiento laboral, complementar su conocimiento para el desarrollo de un concepto claro y funcional que le permita generar identidad de una marca que influya en el cliente.

El valor de un diseño está bajo normas establecidas en el medio ecuatoriano; normas que han sido valoradas con base a la complejidad y volumen de trabajo, tiempo de desarrollo, beneficio que el cliente obtiene por el proyecto, entre otras cosas; por esta razón, es importante que los profesionales conozcan el precio con el que se maneja el mercado y bajo qué estándares están establecidos.

También es importante que los profesionales identifiquen las oportunidades que la era tecnológica presenta en la implementación de herramientas digitales; su desarrollo laboral cambia de un consumidor final a un catálogo de ofertas en un sitio web o una plataforma a la que pueden tener acceso las personas por un pago específico, lo que brinda una la oportunidad de un mercado nuevo.

Por otra parte, es importante que por parte de la academia se establezcan directrices para la empresa privada sobre las funciones que cumple un diseñador gráfico, se debe de comunicar y crear una opinión pública positiva de los profesionales de esta rama.

Adicionalmente la motivación que se imparta dentro de las aulas de clases, cobra importancia en crear profesionales empoderados, pero que sobre todo sepan valorar y darle una posición protagonista a su trabajo, puesto que no son solo manejadores de software, son comunicadores visuales, son profesionales que comunican a través de la armonía, de las imágenes, de la tipografía, pero sobre todo desde el arte.

Referencias bibliográficas

- Álvarez De Mattos, R. (2021). *Análisis de noticias falsas generadas y transmitidas a partir de los avances tecnológicos digitales desde una perspectiva de diseño gráfico durante la fase inicial de la pandemia de Covid-19*.
- España, S. (26 de Agosto de 2020). La pandemia deja al 83 % de los trabajadores en Ecuador en el desempleo o con condiciones precarias. *Diario El País*. Obtenido de <https://elpais.com/economia/2020-08-26/el-83-de-trabajadores-en-ecuador-esta-desempleado-o-con-condiciones-precarias-por-la-pandemia.html>
- Flores, F. A. S., Sánchez, J. E., & Chan-Te-Nez, A. F. (2022). *La producción de materiales didácticos desde perspectivas en confluencia: Diseño gráfico y TPCK*. Ciencia, Docencia y Tecnología, 33(64) ene-abr.
- García-Cordero, M. S., & Buitrago-López, Y. C. (2017). Modelo pedagógico de pensamiento complejo en diseño gráfico. *Revista Logos, Ciencia & Tecnología*, 8(2), 117-131.
- Huerta, R. (2020). *El diseño de letras como entorno visual para educar en diversidad*. Artseduca, 2020, no. 25.
- Lara (2021). *Diseño de un plan de remuneración variable basado en la gestión del desempeño en una empresa industrial de lácteos*. Recuperado de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/8045/1/T3483-MDTH-Lara-Dise%C3%B1o.pdf>
- Morales Holguín, A., & Cabrera Becerra, V. (2017). *Debate teórico-metodológico sobre diseño gráfico: de la linealidad a la complejidad*. Intersticios sociales, (13), 0-0.
- Morales Holguín, A., & González Bello, E. (2021). *Interdiscipliniedad en la formación universitaria del diseño gráfico: entre la teoría y la práctica*. Educación, 30(58), 228-249.
- Ortega, E., Romero, I. I. C., Paredes, Í., & Canquiz, L. (2019). Estilos de aprendizaje: Estrategias de enseñanza en la luz. Telos: *Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 21(3), 710-730.
- Parera, D. T. (2017). *Diseño gráfico publicitario*. Editorial Síntesis, Madrid.
- Abstract:** The dizzying changes taking place in graphic design bring new challenges for teachers in this discipline. This article focuses on analyzing these challenges, paying particular attention to the phenomena occurring in Ecuador, highlighting their impact on professionals in the field, and proposing courses of action to address them.
- Keywords:** graphic design – teaching challenges – employability – design platforms – remuneration.
- Resumo:** As mudanças vertiginosas que ocorrem no design gráfico trazem novos desafios para os professores dessa disciplina. No presente artigo, o foco está na análise desses desafios, com especial atenção aos fenômenos apresentados no Equador, evidenciando seu impacto nos profissionais da área e abordando propostas de ação diante deles.
- Palavras-chave:** design gráfico – desafios docentes – empregabilidade – plataformas de design – remunerações.
- (*) **Jonatán Andrés Portugal Gorozabel:** Magister en Diseño y Branding. Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial. Guayaquil – Ecuador jonatan.portugal@formacion.edu.ec. Gianella Lisette Bermeo Quezada: Máster en Dirección Estratégica con especialidad en Gerencia Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial. Guayaquil – Ecuador. gianella.bermeo@formacion.edu.ec.