

de la región. En medio de este ambiente, no es de extrañar que, de manera indirecta, las ideas del Arte Concreto y el modelo de enseñanza de la Hfg-Ulm hayan circulado en el Ecuador por medio de una red formada por artistas e intelectuales. Una semiosis que afectó la práctica y la enseñanza del diseño, en un país atravesado, por un lado, por un ideario de modernización basado en el desarrollo industrial; y, por el otro, por un ideario de identidad nacional, que revalorizó a las expresiones materiales y visuales de las culturas indígenas, reposicionando a la artesanía como elemento de diferenciación.

Referencias

- Barrera, G.; Quiñones, A. (2006). *Conspirando con los artesanos. Crítica y propuesta al diseño en la artesanía*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Bozzano, J. (1998). *Proyecto: razón y esperanza. Escuela superior de diseño de ULM*. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- Bürdek, B. (1994). *Diseño: historia, teoría y práctica del diseño industrial*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Devalle, V. (2019). Tomás Maldonado, 1944-1957: from Arte Concreto to nueva visión. *Journal of Design History*, 32(1), 17-34.
- Fernández, S. (2006). The Origins of Design Education in Latin America: From the hfg in Ulm to Globalization. *Design Issues*, 22(1), 3-19.
- García Canclini, N. (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados: Mapas de la interculturalidad*. Barcelona: Gedisa.
- Oña, L. (1995). *Araceli*. Quito: Imprenta Mariscal.
- Verón, E. (2004). *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.

Comunicaciones personales:

- (G. Díaz, comunicación personal, 20 de junio, 2019).
- (H. Galarza, comunicación personal, 12 de septiembre, 2019).
- (J. Carrera, comunicación personal, 9 de junio, 2019).

- (J. Lazo, comunicación personal, 15 de octubre, 2019).
- (L. Bossano, comunicación personal, 24 de junio, 2019).

Abstract: The ideas of the Hochschule für Gestaltung of the city of Ulm (Hfg-Ulm) circulated in Latin America. On the one hand, the artists belonging to the European and Latin American concrete art formed a network for the exchange of ideas. On the other hand, teachers and alumni of the Hfg-Ulm disseminated the school's teaching model. How much did the Hfg-Ulm have to do with the emergence of design in Ecuador? Was there any kind of exchange of ideas between Ecuadorian artists and designers with their peers in Latin America and Europe?

Keywords: design - teaching - crafts - industrialization - design history - Latin America.

Resumo: As idéias da Hochschule für Gestaltung da cidade de Ulm (Hfg-Ulm) circularam na América Latina. Por um lado, os artistas pertencentes à arte concreta européia e latino-americana formaram uma rede para o intercâmbio de idéias. Por outro lado, professores e ex-alunos do Hfg-Ulm divulgaram o modelo de ensino da escola. O que o Hfg-Ulm teve a ver com o surgimento do design no Equador? Houve alguma troca de idéias entre artistas e designers equatorianos com seus pares na América Latina e Europa?

Palavras chave: design - ensino - artesanato - industrialização - história do design - América Latina.

(* **Iván Patricio Burbano Riofrío:** Profesor Titular Agregado en la Universidad San Francisco de Quito, Ecuador. Doctorando en Diseño en la Universidad de Palermo. Máster en Diseño Estratégico por el Politécnico Di Milano. Diseñador por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Las concepciones del diseño gráfico: el saber, el hacer y la interdisciplinariedad

Carlos Ubaldo Mendivil Gastelum (*)

Actas de Diseño (2021, julio),
Vol. 36, pp. 135-137. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2020
Fecha de aceptación: noviembre 2020
Versión final: diciembre 2021

Resumen: A lo largo de más de 12 años como profesional y como docente dentro del campo académico del diseño hemos vivido diversas etapas de cómo el diseño gráfico se ha modificado en el tiempo, reconociendo además los cambios que han aparecido a causa de modificaciones internas o disciplinares, y externas, debidas a variaciones del mercado o del contexto socio cultural. Ejemplo de ello son los nuevos patrones de consumo, las diferentes demandas sociales, el cuidado del medio ambiente, la exigencia permanente de innovación y creatividad así como diversos problemas cotidianos al que el diseñador debe enfrentarse, han interpelado el papel del diseño en esta era contemporánea.

Palabras clave: Diseño gráfico – Concepción – Disciplina – Taller - Sociedad.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 137]

Desarrollo

El diseño gráfico se ha convertido en un recurso indispensable para satisfacer o responder a un número creciente de necesidades que antes no estaban contempladas. De ello resulta que, día a día, tome fuerzas el rol del diseño gráfico dentro de la sociedad: No es posible, entonces, concebirlo como la mera elaboración de piezas y objetos visuales, de mayor o menor calidad, sino que debe ser reconocido como un elemento estratégico para la resolución de problemáticas específicas ligadas a la comunicación, cuestión esencial dentro de la sociedad informacional actual (Castells, 1999).

En virtud de lo anterior, y aunado a los años de experiencia como profesional en el diseño gráfico, hemos sido testigos respecto a cómo los diversos escenarios y situaciones ponen en crisis la significación tradicional de la disciplina, la que empieza a exigir un número más amplio de miradas. Estas concepciones deben partir desde los significados que le asigna la sociedad al diseño gráfico. Sin embargo, éstas se encuentran dentro de un mundo donde los códigos de comunicación e interpretación son volátiles. (Eco, 1986) Mayormente, las significaciones que la sociedad otorga se centran en la concepción del diseño gráfico como una actividad enfocada en el dibujo, la ilustración y la generación de piezas visuales que terminan teniendo valor en sí mismas. Es por ello que sigue siendo deudora de la concepción tradicional de las artes plásticas, e incluso de las llamadas “artes aplicadas” debido a lo cual fue concebida como una “práctica estética”. (Calvera, 2010, p.76) Por otra parte, desde una mirada profesional, los productos elaborados parecieran ser sólo una herramienta de apoyo a disciplinas como la mercadotecnia, la publicidad, la comunicación, entre otras, con un sentido claramente funcional, de tal modo que solo son evaluados respecto a la satisfacción del objetivo propuesto.

Sin embargo, las instituciones de Educación Superior poseen sus propias significaciones que se transmiten a docentes y autoridades, de las cuales también hacen eco los estudiantes a partir de las prácticas formativas que allí realizan. En este sentido vale recuperar a Berger y Luckman (2001) cuando señalan que:

Las instituciones siempre tienen una historia, de la cual son productos. Es imposible comprender adecuadamente qué es una institución, si no se comprende el proceso histórico en que se produjo. Las instituciones, por el hecho mismo de existir, también controlan el comportamiento humano estableciendo pautas definidas (...) (p.74)

En estas instituciones se desarrollan discursos y prácticas. Los primeros apelan a las nociones de estrategia, innovación e interdisciplinariedad, por citar algunas. No obstante, más allá del plano discursivo, las instituciones de educación superior aceptan tácitamente diferentes enfoques y definiciones, las cuales son compartidas como supuestos básicos subyacentes por docentes y estudiantes. Recordemos que los supuestos básicos subyacentes son definidos por Gouldner (1973) como conjuntos de ideas o creencias no conscientes, profundamente internalizados que gobiernan nuestras decisiones y acciones.

Dadas las condiciones anteriormente dichas y los diversos escenarios del diseño gráfico en la actualidad, surge el interés por indagar y profundizar cómo es concebido el diseño gráfico dentro del campo académico y cómo se asume su enseñanza. Es decir, qué se entiende por diseño gráfico y cómo se enseña al interior de las universidades. Desde la perspectiva de Pierre Bourdieu (2000) “campo” es una estructura de relaciones donde los agentes (los investigadores, las instituciones y las disciplinas) ocupan una posición determinada en función de sus *habitus* y del capital intelectual del que disponen. Acceder a ese campo implica aceptar una manera peculiar de hacer y pensar. Esta forma de hacer y pensar se impone determinando así un “estilo de pensamiento” que define, en las palabras de Fleck (1986) como un “colectivo de pensamiento”. Para Bourdieu (2000) el campo estaría caracterizado por un *habitus*, que sería esta forma de pensar y actuar que se ha incorporado inconscientemente.

Ahora bien, es importante mencionar que aunado a lo anterior se suma a nuestro rol docente, como hemos mencionado, nuestro desempeño profesional del diseño gráfico, dentro de un despacho creativo del cual formamos parte como director. En este despacho es frecuente interactuar directamente con egresados de la carrera de diseño gráfico que son contratados para diversas tareas. Dichos egresados fueron alumnos en los talleres de diseño o actuaron como practicantes o pasantes mediante los programas de becarios.

Esta doble perspectiva, como empleador y como docente, reafirma nuestro el interés y la reflexión sobre la enseñanza del diseño gráfico, para observar cómo se define el *habitus* disciplinar de los futuros graduados, y cómo éste es entendido.

Por lo tanto, este trabajo tiene como finalidad indagar sobre el vínculo entre la concepción del diseño gráfico y su enseñanza. Ya que consideramos como factor clave la necesidad de contar con mayor información respecto a cuáles son los elementos conceptuales y prácticos que sostienen una determinada concepción del diseño gráfico en las aulas de clase de las instituciones de educación superior en México.

Recordemos que Corona Martínez (1990) afirma que el camino que debe recorrer el alumno de una disciplina proyectual no es un trayecto solitario, está acompañado por el ángel de la guarda que es su ayudante, quien le transmitirá no sólo sus saberes sino sus prejuicios y falencias convertidos en actitudes creativas. Si entendemos o definimos al diseño gráfico de una u otra forma, es obvio que su aplicación dentro de la enseñanza se deriva de dicho enfoque y es en ese punto donde radica la importancia de contar con una mayor claridad. Ya que no se enseña igual al diseñador gráfico que se concibe como un generador de artefactos o piezas meramente visuales enfocado en el hacer sobre la forma, en contraste con el diseñador centrado en el manejo de estrategias de comunicación para la interacción con el mercado y la sociedad, con un enfoque basado mayormente en el saber que en el hacer.

Por lo anterior, se hace un énfasis en el interés personal por indagar y profundizar sobre las formas en las cuales se concibe y se aborda el diseño gráfico dentro de algunas de las universidades mexicanas. Es decir, cómo los

distintos enfoques sobre el diseño gráfico se relacionan con su enseñanza específicamente en el taller de diseño. Destacando al taller de diseño como el punto de inflexión donde el alumno lleva a cabo la concreción de sus competencias, conocimientos y habilidades adquiridos en las diferentes asignaturas de diseño gráfico, mediante la solución de problemas dentro de un determinado proyecto o caso de estudio.

Cabe mencionar que cuando hablamos de distintas concepciones sobre el diseño, podríamos resumirlo de la misma forma que lo hace Quintanilla (1991) respecto a la tecnología, es decir, el enfoque intelectualista y el enfoque artefactual; el saber y el hacer como parte esencial en las diversas concepciones del diseño gráfico. En otras palabras el que hace la pieza visual bajo una concepción meramente artesanal orientada al resultado. Y el que reflexiona sobre un problema de comunicación centrado de la elaboración de un producto. Entendiendo que en este último, la pieza es un medio a través de la cual se puede definir y resolver un problema que va más allá de cumplir con una forma determinada o estéticamente aceptada dentro del campo del diseño gráfico.

Ahora bien, entrando en función de aspectos metodológicos dentro del estudio en cuestión, consideramos adecuado indagar inicialmente cómo las distintas concepciones del diseño gráfico aparecen en la formación de los futuros profesionales del diseño gráfico. Para ello nos centraremos en el análisis de los trabajos de los alumnos dentro de los talleres de diseño gráfico de semestres superiores al sexto (nivel seis de cursada) como parte fundamental del corpus de investigación. Puesto que en dichos semestres las asignaturas a cursar trabajan con simulaciones prácticas que requieren las competencias y contenidos con más apego al escenario profesional.

Es por ello que en dichos talleres los problemas planteados requieren la integración de todo lo aprendido en las distintas asignaturas cursadas en los primeros años de la carrera, para lo cual se les exigirá al estudiante un trabajo de análisis y síntesis de los conocimientos adquiridos. De modo que, en los últimos semestres se presentan asignaturas como el diseño o gestión de marca, identidad visual, diseño editorial, por citar algunas, donde podemos encontrar a través de la observación y el análisis de los trabajos finales, la aplicación de los criterios con las cuales se desarrollan y se evalúan por parte del docente los proyectos. Estos criterios de evaluación requieren, asimismo, de la explicitación en las consignas de cada ejercicio en ciertas categorías conceptuales que debemos analizar.

Este análisis comparativo entre lo que se dice en la parte discursiva del diseño y lo que se enseña dentro del taller, nos permitirá elucidar y reconocer las diferentes concepciones que se tienen en la enseñanza sobre el diseño gráfico.

Referencias bibliográficas

- Bourdieu, P. (2000) *Los usos sociales de la ciencia*. Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión.
- Berger, P.L.; Luckmann, T. (2001). *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Amorrortu editores.
- Castells, M.(1999). *La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura: La sociedad Red*, México, Siglo XXI.
- Corona Martinez, A. (1990)– *Ensayo sobre el Proyecto* - Editorial CP67, Buenos Aires.
- Eco, U. (1986) *La estructura Ausente*, Barcelona, Lumen
- Fleck, L. (1986) *La génesis y el desarrollo de un hecho científico*, Alianza, Madrid.
- Frascara, J.(2002) *Diseño Gráfico y comunicación*, Infinito, Buenos Aires.
- Frascara, J.(1997) *Diseño gráfico para la gente*, Infinito, Buenos Aires.

Resumo: Ao longo de mais de 12 anos como profissional e como professor dentro da área acadêmica de design vivemos várias etapas de como o design gráfico mudou ao longo do tempo, reconhecendo também as mudanças que surgiram devido a modificações internas ou disciplinares, e externas, devido a variações no mercado ou no contexto sócio-cultural. Exemplos disso são os novos padrões de consumo, as diferentes demandas sociais, o cuidado com o meio ambiente, a demanda permanente por inovação e criatividade, assim como vários problemas diários que os designers devem enfrentar, têm desafiado o papel do design nesta era contemporânea.

Palavras chave: Design gráfico - Concepção - Disciplina - Oficina - Sociedade.

Abstract: Throughout more than 12 years as a professional and as a teacher within the academic field of design we have lived through various stages of how graphic design has changed over time, also recognizing the changes that have appeared due to internal or disciplinary modifications, and external, due to variations in the market or socio-cultural context. Examples of this are the new patterns of consumption, the different social demands, the care of the environment, the permanent demand for innovation and creativity as well as diverse daily problems that the designer must face, have questioned the role of design in this contemporary era.

Keywords: Graphic design - Conception - Discipline - Workshop - Society.

(*) Carlos Ubaldo Mendivil Gastélum: Maestro en ITSON // Associate Design Director en Suma Creativo. Doctorando en Diseño por la Universidad de Palermo (Buenos Aires, Argentina.) Maestría en Administración con especialidad en Mercadotecnia en el Instituto Tecnológico de Sonora 2008- 2010. Diseñador gráfico, docente e investigador del Instituto Tecnológico de Sonora. Miembro del Cuerpo Académico de Diseño y Comunicación así como líder de las academias de Diseño de Logotipo, Desarrollo de Marca y Señalética. Conferencista y tallerista en diversos congresos de carácter nacional e internacional. www.itson.mx www.sumacreativo.com