

## Tendencias temáticas del proyecto de título de diseño gráfico. Un aporte a la actualización de tópicos, perfiles e identidad para la disciplina.

Actas de Diseño (2021, julio),  
Vol. 36, pp. 162-164. ISSN 1850-2032.  
Fecha de recepción: julio 2020  
Fecha de aceptación: noviembre 2020  
Versión final: diciembre 2021

Daniela González Erber (\*)

**Resumen:** El proyecto de diseño –como una estrategia formativa para el diseñador gráfico en desarrollo– visibiliza diversos temas y necesidades sociales, culturales y de mercado. Estas líneas de trabajo son un reflejo de las experiencias formativas, socioculturales y personales del estudiante de diseño. Asimismo, estos reconocimientos temáticos nos hablan del hacer y ser de la propia disciplina, mostrando los movimientos o aperturas de su terreno de acción. En efecto, el camino formativo del diseñador gráfico casi siempre culmina con un gran proyecto de finalización de carrera, unificado en una tesis, memoria u otro documento académico que identifica y resuelve un problema a partir del diseño. El que además transparenta ideologías, políticas, visiones, perfiles, entre otras sentencias sociales, disciplinares e individuales del creador. Así es posible develar diferentes temas en el desarrollo de estos documentos. Tomamos el caso de los proyectos de título de diseño gráfico de una universidad estatal de Chile, durante el periodo 2000-2015, para observar sus temáticas de trabajo, a través del análisis del contenido textual –latente y manifiesto– de sus títulos, como la última decisión temática en la formación, aportando en ello a una posible actualización de tópicos, paradigmas, perfiles e identidad para la disciplina.

**Palabras Clave:** Diseño Gráfico - Proyecto de grado - Identidad disciplinar - Áreas temáticas.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 164]

### Desarrollo

Las tendencias proyectuales en la disciplina del diseño nos grafican su propia identidad al revelar parte de su ser y hacer, mientras definen y redefinen el perfil que la identifica. Sus declaraciones temáticas la van posicionando socialmente en nuevos problemas e innovadoras soluciones. Esta construcción identitaria es el resultado de un momento y espacio único, asumiendo en esto la posibilidad de su actualización constante. Nos preguntamos por estos nuevos recorridos disciplinares, en la búsqueda de una modernización temática que aclare los actuales intereses. Permitiendo en este accionar una mirada más ajustada a las competencias y caminos existentes hoy en la praxis del diseño, para una posible modernización de tópicos, paradigmas, perfiles e identidad para la disciplina. En efecto basándose en Julier (2010), Krippendorff (2006) y Buchanan (1985), Arbeláez (2016) señala que:

Los ámbitos de intervención del diseño en el presente siglo se han ampliado de tal manera que la antigua concepción de la disciplina, subordinada a la lógica de producción masiva de artefactos y mensajes, es insuficiente para describir su actual alcance (s. p).

Nos cuestionamos los nuevos alcances o territorios para la disciplina del diseño gráfico, con la intención inicial de develar nuevos trayectos y alcances proyectuales. Dentro de las tendencias disciplinares, la elección o asignación de la temática proyectual resulta atractiva para visibilizar intereses y espacios de ocupación del

diseño. Estos temas -muchas veces emergentes- adquieren cierta frecuencia de aparición y conforman una tendencia temática con valoraciones y consideraciones sociales, culturales y de mercado que abre paso a ciertos tópicos para la disciplina.

Es relevante señalar que la conformación disciplinar del diseño –aunque discutida– se asume en el período de la Modernidad, estrechamente ligada a la Revolución Industrial (Margolin, 2012). De tal forma que su consolidación se advierte para la segunda posguerra, en un momento de reformulación del capitalismo, seguida por un gran desarrollo social y económico de la sociedad de consumo (Devalle, 2009; Mosqueda, 2009). Como ya señalaba Arbeláez (2016) una disciplina dependiente de los métodos de la producción masiva, con mensajes y objetos que siguen esta lógica.

En este escenario vemos a una disciplina joven que aún debate sobre varios aspectos que la conforman o identifican. He ahí la relevancia de remarcar los espacios que el diseño circunda hoy en sus respuestas e intereses proyectuales. Pues se conciben en estos resultados: debates, perspectivas, logros, temas, entre muchos otros hallazgos. Todos en respuesta a circunstancias o consecuencias culturales, sociales, económicas y políticas de un período y un espacio determinado. Tales resultados además comienzan a ser juzgados por la propia disciplina a partir de discusiones éticas y redefiniciones identitarias.

El proyecto de título de diseño gráfico se transforma en la última elección temática del aprendiz universitario de esta disciplina. Esta decisión orientada a un área espe-

cífica de desarrollo se diversifica cada vez más y amplía los terrenos más tradicionales de movilidad disciplinar, conformando nuevos nichos que comienzan a ser tendencia, mientras posicionan al diseño en otros espacios, antes impensados.

Resulta oportuno identificar los temas de interés y su frecuencia de aparición durante la etapa final de la formación del diseñador. Es en el proyecto de título de diseño gráfico de una universidad estatal de Chile en el periodo 2000-2015, donde realizamos esta identificación. Vemos en el proyecto de título de diseño un espacio propicio de visualización de lo que el diseño es y hace, por ser un producto académico que aúna y transparenta las competencias logradas en la formación, además de ser una estrategia formativa común del diseñador gráfico y que vincula al problema con su solución. De hecho Mazzeo (2014) analiza varias cátedras de diseño y asegura que el proyecto es mencionado en las distintas propuestas de enseñanza, aunque con un carácter polisémico siendo identificado como una práctica, una habilidad, una metodología específica o como forma de pensamiento. Además en él se unifica la experiencia sociocultural del creador/diseñador con los códigos y lenguajes propios de la formación disciplinar. Asimismo revela perspectivas, ideologías y posturas, no solo de quien lo propone, sino que también refleja el perfil de la disciplina, la institución educativa, la sociedad y la cultura de una nación. A la vez que es considerado como un espacio de creación, donde por tanto interactúa el “perfil individual, los ámbitos culturales y la validación del campo de pertenencia” (Romano, 2015, p.129).

De esta manera el proyecto de diseño caracteriza a la propia disciplina, mientras que a través de él surgen posibles cambios paradigmáticos que permiten la redefinición de la misma.

Si bien la disciplina se consolida en una dependencia de la producción mercantil y los objetos de consumo, este camino hoy carece de profundidad, con fórmulas que responden al mercado, descuidando otras necesidades socioculturales muchas veces invisibilizadas (Mosqueda, 2009). De tal forma que podríamos inferir que la relevancia en los modos de producir y la apariencia de los objetos permitieron el desarrollo disciplinar, pero hoy se tornan insuficientes ante los actuales problemas y necesidades sociales. Así el diseño es invitado ya no solo a traducir o repetir lo que observa de la sociedad, sino que a interactuar con ella -sociedad y diseño-. (Mosqueda, 2009). De alguna manera “el diseño en un sentido amplio es una actividad ligada al proceso evolutivo del hombre y a su familiaridad con el entorno” (Ariza, 2007, p.51).

Detectar, definir y resolver un problema a través del diseño permite no solo dar una solución, sino que además nos enrostra los recorridos e intereses que asume la propia disciplina. Se conforma en esto, una suerte de tendencia que aporta al perfil del ser y hacer de la disciplina. En otras palabras, las propuestas –abordables a partir del proyecto– son temáticas individuales que al ocupar un lugar común de ocurrencia permiten el espacio para ciertos tópicos o líneas de acción para la disciplina. Son los propios movimientos o cambios sociales, con sus avances tecnológicos, nuevas necesidades, cambios

de visiones y agenda política, cultural, educacional y económica, entre otras, los que movilizan intereses y acciones de la disciplina, en una invitación constante que busca, entre otras cosas, un ajuste rápido a las mudanzas y exigencias de la sociedad actual. También la disciplina en su accionar moviliza al propio perfil que la identifica. Esto se transforma en cambios formativos comandados por modificaciones de planes y programas de estudios, con nuevos objetivos, misiones y visiones, entre otras. Los mismos procesos de acreditación de carreras implican la autoevaluación constante de estos aspectos, con procesos periódicos de ajustes. Es más, incluso emergen novedosas especialidades para el diseño, donde las ya tradicionales no logran cubrir las nuevas exigencias sociales y de mercado. Con el surgimiento de nuevos perfiles, temas, conceptos y productos.

Este camino de decisiones temáticas por un lado y de definiciones disciplinares por el otro, invitan a agudizar los sentidos para observar – a través del proyecto- las huellas que dejan la formación y la experiencia sociocultural del alumno de diseño. El cual se adscribe a estas miradas formativas y construye a partir de ellas nuevas interpretaciones y procesos de comunicación con un lenguaje y códigos de la disciplina, la cultura, la sociedad y la política, sumado a la individualidad del creador.

Para poder concretar alguna tendencia temática en los proyectos de título del diseñador gráfico, es necesario analizar el contenido textual –latente y manifiesto– de sus títulos. Sin embargo, cada tema de manera individual no refleja una tendencia clara, por tanto es crucial determinar su frecuencia de aparición y conformar categorías que permitan marcar una cierta tendencia que comienza a dialogar con los tópicos e identidades de la disciplina. Contamos con un corpus de 451 proyectos analizados, los que arrojan una serie de temas e intereses a partir del año 2000, en un análisis longitudinal de 15 años.

Los resultados nos hablan de la permanencia de algunas temáticas más tradicionales, aunque con una clara disminución a través del tiempo. También surge un grupo de temas que son más incipientes y que recién comienzan a frecuentarse, sin llegar a generar una gran tendencia, pero que nos habla de nuevas incursiones. Este es el caso de la Validación, sistematización o recopilación, además de Investigación, estudio o análisis. Estas temáticas algo más alejadas de una praxis más tangible o de tipo práctica/objetual, son un camino en el cual el diseño ha decidido incursionar logrando un cuerpo temático, aún incipiente, pero constante en el tiempo, sobre todo a partir del año 2007. También observamos algunas tendencias hacia un diseño de Ayuda social, y una fuerte inclusión en los procesos de Enseñanza-aprendizaje y la cultura. El mercado sigue siendo un tema abordado, pero no genera el mismo interés que en los inicios de la disciplina, siendo una temática menos frecuentada en los proyectos de título. Mientras que el Posicionamiento, difusión e identidad audiovisual, sigue siendo de interés para la disciplina. Podemos concluir que la elección del proyecto de diseño como objeto de estudio, es sin duda un artefacto creacional lleno de información, posible de ser interpretado desde variadas posturas e inquietudes de investigación. Esta estrategia formativa y creacional va generando una

historia para la propia disciplina y marca perfiles, hitos, tópicos, caminos y hasta posibles cambios paradigmáticos e identitarios, transformándose en un reflejo constante de la disciplina y su praxis. Observar su avance temático en el tiempo es un mundo de nuevos conocimientos que permite visualizar algunas tendencias de temas con un tiempo de desarrollo. Los primeros registros de la investigación permiten identificar las actuales categorías temáticas, las que permiten ampliar los espacios de acción del diseño, posibilitando una revisión de aquello que hoy identifica a la disciplina.

#### Referencias bibliográficas:

- Arbeláez, M. (2016). *Los problemas de diseño: un panorama en expansión* [artículo] Seminario Diseño: Objetos, prácticas, discursos, Maestría en Diseño Comunicacional (DICOM), Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU), Universidad de Buenos Aires (UBA): <http://maestriadicom.org/articulos/los-problemas-de-diseño-un-panorama-en-expansion/>
- Ariza, S. (2007). La enseñanza del diseño: evolución en tres etapas. *Actas de Diseño*, 3 (2), 51-58. II Encuentro Latinoamericano de Diseño "Diseño en Palermo", Argentina.
- Buchanan, R. (1985). Declaration by design: Rhetoric, argument, and demonstration in design practice. *Design Issues*, 2 (1), 4-22. DOI: 10.2307/1511524
- Devalle, V. (2009). *La travesía de la forma: emergencia y consolidación del Diseño Gráfico (1948-1984)*. Buenos Aires: Paidós.
- Julier, G. (2010). *La cultura del Diseño*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili.
- Krippendorff, K. (2006). *The semantic turn. A new foundation for design*. Taylor & Francis Group.
- Margolín, V. (2012). Un "modelo social" de diseño: cuestiones de práctica e investigación. *Revista KEPES*, 8, p.61-71.
- Mazzeo, C. (2014). ¿Qué dice del diseño la enseñanza del diseño? Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Mosqueda, C. (2009). El diseño gráfico y su relación irruptiva con el contexto social. *Actas de Diseño*, 6: 153-156. III Encuentro Latinoamericano de Diseño "Diseño en Palermo". [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/vista/detalle\\_articulo.php?i\\_libro=15&id\\_articulo=5784](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?i_libro=15&id_articulo=5784)
- Romano, A. (2015). *Conocimiento y práctica proyectual*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ediciones Infinito.

**Abstract:** The design project -as a training strategy for the graphic designer in development- makes visible various social, cultural and market issues and needs. These lines of work are a reflection of the formative, socio-cultural and personal experiences of the design student. Likewise, these thematic recognitions speak to us of the doing and being of the discipline itself, showing the movements or openings of its field of action. In fact, the formative path of the graphic designer almost always culminates with a great project for the end of the career, unified in a thesis, report or other academic document that identifies and solves a problem from design. The

one that, in addition, transparencies ideologies, policies, visions, profiles, among other social, disciplinary and individual sentences of the creator. Thus, it is possible to unveil different themes in the development of these documents. We took the case of the projects for a graphic design degree from a state university in Chile, during the period 2000-2015, to observe their work themes, through the analysis of the textual content -latent and manifest- of their degrees, as the last thematic decision in the formation, contributing in it to a possible update of topics, paradigms, profiles and identity for the discipline.

**Keywords:** Graphic Design - Degree Project - Disciplinary Identity - Thematic Areas

**Resumo:** O projeto de design - como uma estratégia de treinamento para o designer gráfico em desenvolvimento - torna visíveis várias questões e necessidades sociais, culturais e de mercado. Estas linhas de trabalho são um reflexo das experiências formativas, socioculturais e pessoais do estudante de design. Da mesma forma, estes reconhecimentos temáticos nos falam do fazer e do ser da própria disciplina, mostrando os movimentos ou as aberturas de seu campo de ação. Na verdade, o caminho formativo do designer gráfico quase sempre culmina em um grande projeto de final de curso, unificado em uma tese, relatório ou outro documento acadêmico que identifica e resolve um problema de design. Este documento também mostra ideologias, políticas, visões, perfis, entre outras sentenças sociais, disciplinares e individuais do criador. Assim, é possível revelar diferentes temas no desenvolvimento destes documentos. Tomamos o caso dos projetos de um diploma de design gráfico de uma universidade estatal do Chile, durante o período 2000-2015, para observar seus temas de trabalho, através da análise do conteúdo textual - patente e manifestação - de seus diplomas, como a última decisão temática na formação, contribuindo nela para uma possível atualização de temas, paradigmas, perfis e identidade para a disciplina.

**Palavras chave:** Design Gráfico - Projeto de Grau - Identidade Disciplinar - Áreas Temáticas.

(\* **Daniela González Erber:** Diseñadora Gráfica Publicitaria de profesión egresada de la Universidad de Antofagasta de Chile, Profesora de Educación General Básica de profesión egresada de la Universidad de Tarapacá de Chile. Licenciada en Educación de la Universidad de Tarapacá de Chile. Magíster en Didáctica en la Educación Superior de la Universidad de Tarapacá de Chile. Postgrado En Formación Docente del Profesorado Universitario de la Universidad Autónoma de Barcelona. Máster en Formación y Gestión de la Universidad, de la Universidad Autónoma de Barcelona. Académica de la Universidad de Tarapacá desde el año 2007 en la carrera de Diseño Multimedia, con cargos de gestión como Jefa de Carrera y Presidenta de la comisión de aseguramiento de la calidad de la carrera de Diseño Multimedia, entre otros. Académica del Magister en Multimedia Educativa de la Universidad de Tarapacá entre el 2010 y 2013, con experiencia en dirección de tesis de pre y postgrado. Candidata a Doctora en Diseño de la Universidad de Palermo.