

nes, a través de sus representantes políticos o de manera personal, son protagónicas en su construcción y su concientización es importante. Como señala Borcahardt (2005), la ciudad es un problema del que todos formamos parte. Así, Borja (2013) menciona que la ciudadanía es un estatus que atribuye derechos y deberes por igual a todas las personas que conviven en un territorio. Y es que eso es ser un ciudadano: participar con vehemencia y abiertamente de las decisiones que afectan a la ciudad (Arcila, 2017).

Es interesante, en este sentido, el testimonio de Livingston (1993), quien afirma que al salir de la universidad y encontrarse con la arquitectura en la ciudad dice: “Allí comprendí claramente la unidad entre reglamentos, diseño arquitectónico, urbanismo y concepción política” (p. 187), es decir, la política y las políticas públicas nos rigen a través de la ciudad. En las ciudades ecuatorianas el Concejo Cantonal Municipal es el máximo órgano de control, legislación y administración pública, y el lugar en donde se discuten, aprueban y ejercen las políticas públicas que actúan sobre el territorio. En sus debates, actas e informes oficiales es donde se registran los imaginarios de bienestar colectivo, como los señala Tella (1994): “las ideas e intenciones que se hacen ciudad - hay que discutirlos y debatirlas en Concejo” (p. 12). En este sentido, analizando los debates y resoluciones del Concejo podremos conocer las lógicas de sentido que rigen la ciudad, sus ideas, y sus relaciones históricas-físicas-políticas.

34. Mendivil Gastelúm, Carlos Ubaldo

(Licenciado en Diseño Gráfico / Instituto Tecnológico de Sonora / Mg. en Administración / Instituto Tecnológico de Sonora)

Las concepciones del diseño gráfico y su enseñanza en las universidades mexicanas. Lo que se dice, lo que se hace y lo que se piensa (1995-2015).

Introducción

A lo largo de más de 12 años como profesional y como docente dentro del campo académico del diseño gráfico se han desarrollado diversas etapas, en ellas, se ha visto cómo el diseño gráfico se ha modificado con el tiempo, reconociendo además los cambios que han acaecido a causa de modificaciones internas o disciplinares, y externas, debidas a variaciones del mercado o del contexto sociocultural. 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 a los que el diseñador debe enfrentarse, todos estos aspectos, han interpelado el papel del diseño en esta era contemporánea. Y es que, el diseño gráfico se ha convertido en una herramienta o recurso indispensable, para satisfacer o responder a un número creciente de necesidades que antes no estaban contempladas. De ello resulta que, día con día, tome fuerza 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, estas significaciones se encuentran dentro de un mundo donde los códigos de comunicación e interpretación son volátiles (Eco, 1986). No obstante, 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). Por otra parte, desde una mirada profesional, los productos elaborados parecieran ser solamente una herramienta de apoyo a disciplinas como la mercadotecnia, la publicidad, la comunicación, entre otras, con un sentido claramente funcional, de tal modo que únicamente son evaluados respecto a la satisfacción del objetivo propuesto. Sin embargo, las Instituciones de Educación Superior (IES), poseen sus propias significaciones que se transmiten a docentes y autoridades, y 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 IES 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 mencionadas y los diversos escenarios del diseño gráfico en la actualidad, surge el interés por indagar y profundizar el cómo es concebido el diseño gráfico dentro del campo académico; de ello se sigue el 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 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 pala-

bras 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 al rol del docente, el desempeño profesional del diseño gráfico, dentro de un despacho creativo del cual se forma 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, empleador/docente, reafirma 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 este es entendido.

Por lo tanto, el presente 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 IES.

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 solo 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 más 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 adquiridas 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, se considera adecuado indagar inicialmente cómo las distintas concepciones del diseño gráfico, aparecen en la formación de los futuros profesionales de esta disciplina. 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 le 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 ejercitación de ciertas categorías conceptuales que deberemos analizar.

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

33. Sánchez Borrero, Guillermo

(Diseñador Industrial y Gráfico / Pontificia Universidad Católica del Ecuador / Comunicación Corporativa / Universidad de las Américas)

El diseño gráfico como discurso en la estructura morfológica de los manuales escolares. Análisis de los manuales escolares oficiales del Estado ecuatoriano para el nivel Básico Elemental entregados en las instituciones educativas de Ecuador entre 2011 y 2021.

Introducción

A partir de la vigencia de la Constitución de 2008 y la creación de la Ley Orgánica de Educación Intercultural (LOEI), se puso en marcha la elaboración de manuales escolares que comenzaron a distribuirse de forma gratuita a través de la Subsecretaría de Administración Escolar. (Ministerio de Educación de Ecuador, 2015). Desde entonces, el Estado ecuatoriano produce alrededor de catorce millones de libros de manuales escolares cada año, a través de una política de estado que cambió el mercado de la producción de libros escolares. Esta política ha hecho que varias disciplinas y grupos económicos, especialmente de la producción gráfica, confluyan y se relacionen para llevar a cabo la producción. Autores como Satué (1994), Potter (1999), Verón (1999) y González (2009) toman diferentes posturas sobre el uso del manual escolar, entendido como una de las herramientas