

# Valoración del Patrimonio cultural y natural en la disciplina del diseño gráfico, una construcción proyectual de responsabilidad social, cultural e identitaria

Daniela González Erber<sup>(1)</sup>

---

**Resumen:** La disciplina del diseño gráfico se relaciona con diversas problemáticas sociales a resolver. Aunque preferentemente, su tendencia de vinculación social se ha situado en las temáticas de mercado, consumo y venta. Tal preferencia es impulsada por el modelo de mercado y asumida como una función disciplinar. Sin embargo, los cuestionamientos sobre los aportes y responsabilidades del diseño, entre otras cuestiones, desplazan sus preocupaciones hacia temáticas del ámbito social, en un lugar distinto al del mercado. Esto se evidencia en el análisis temático del contenido textual de los proyectos de graduación -2000-2015- de una universidad estatal en Chile. Mediante una metodología multimodal, con un sistema de categorías temáticas. Los resultados dan cuenta de una tendencia orientada a la identidad cultural de un país o comunidad, a través del rescate de patrimonios culturales y naturales, y una disminución en la atención de necesidades de mercado.

**Palabras clave:** Diseño gráfico social - Proyecto de diseño - Diseño patrimonial - Formulación proyectual - Identidad disciplinar - Educación superior.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 126]

---

<sup>(1)</sup> Doctora en Diseño egresada de la Universidad de Palermo. Docente e investigadora de la Escuela de Diseño e innovación Tecnológica de la Facultad de Administración y Economía de la Universidad de Tarapacá (Chile). E-mail: [dgonzalez@uta.cl](mailto:dgonzalez@uta.cl) ORCID ID <https://orcid.org/0000-0002-2764-4450>. De profesión Diseñadora Gráfica Publicitaria egresada de la Universidad de Antofagasta de Chile, y Profesora de Educación General Básica 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.

## Introducción

Situamos nuestra investigación en el proyecto de graduación del diseñador gráfico de una universidad estatal de Chile. Para visibilizar a través de él, una apertura disciplinar direccionada hacia los campos socioculturales. En consecuencia, tal dirección permite su vínculo con los patrimonios culturales y naturales de un país. A partir de la concepción del diseño en un rol con mayor relevancia social -distanciándolo en este acto- de las exigencias del mercado. Así la disciplina se desplaza hacia lo que caracterizamos como un diseño con responsabilidad social e identidad.

La disciplina del diseño gráfico, en su rol de identificador de problemáticas sociales a resolver, circunda por diferentes ámbitos y se involucra con distintas disciplinas. Esto a partir de su trabajo de formulación proyectual, en temáticas sociales amplias, mediante la construcción cognitiva individual y colectivo. Sin embargo, los tránsitos de esta disciplina han estado marcados por una sociedad que se mueve al ritmo de los modelos de mercado. Con una formación profesional permeada por ideas neoliberales, con escasas de teorización en prácticas sociales, que centren su atención en necesidades más humanas. (Buchanan, 1998; Del Valle Ledesma, 2003; Krippendorff, 2006; Julier, 2010; Margolin, 2012; Soliz, 2012; Dosio, 2012; Arbeláez, 2016; y Perri, 2016). Si bien la disciplina del diseño se desenvuelve con éxito entre los fines comerciales, esto no significa que esta sea la mejor opción desde el punto de vista ambiental y social (Angulo, Herrera y Marín, 2021, p.06). Ni el único camino a seguir por la disciplina.

Al situarnos en la formación profesional del diseñador gráfico, encontramos a numerosos autores que cuestionan su enseñanza y sugieren abandonar el modelo que solo se orienta al desarrollo de competencias laborales. Y de esta forma anticipar nuevas condiciones y escenarios de práctica, que ayuden a reivindicar el carácter social del aprendizaje del diseño. Además de reforzar una función disciplinar que aporta a distintas realidades en la mejora de la calidad de vida de sus habitantes. Se invita a pensar los problemas de una forma diferente, por un tránsito que admita desarrollar la responsabilidad social y moral (Papanek, 1985; Guijosa, 2008; Ariza, 2007; Antoine, Aránguiz y Montt, 2018; y Soliz, 2012). Aunque, la enseñanza institucionalizada, en general, suele ser más estable y reticente al cambio (Mazzeo, 2018), condición que lentifica estos procesos.

Angulo, Herrera y Marín (2021) invitan a la disciplina del diseño a redefinir y reorientar su práctica, y agregan que “ si bien estamos ante un modelo económico que antepone la acumulación de capital al beneficio común y al cuidado ambiental, consideramos vital impulsar aquellos cambios desde el diseño que permitan un golpe de timón al respecto” (p.6). Este es el caso de los proyectos de graduación en temáticas patrimoniales, como un cambio de foco para nuevos recorridos en la disciplina. Caminos que refuerzan su carácter social responsable, con aportes identitarios y cuestionamientos disciplinares pragmáticos, éticos y epistémicos.

Basados en la propuesta de Barnes (1982) y Kuhn (1987, 2004), sobre la evolución de la ciencia, y al aplicarla a la disciplina del diseño, podemos afirmar que esta ha establecido como paradigma dominante al modelo de mercado. Generándose una ciencia normal que se direcciona al consumo y la venta, con una enseñanza y praxis en la lógica del modelo de mercado; con objetos o productos con una finalidad de desarrollo económico; con fines

comerciales que postergan alternativas distintas; con un actuar y una problematización influenciada por el modelo de mercado; y con una funcionalidad que deja de responder a necesidades reales y comienza a regirse desde la venta. Todo esto empieza a ser cuestionado y surgen anomalías en la disciplina.

Para González-Erber (2020) “resulta casi inevitable que la vorágine patrimonial que comienza a vivirse primero a nivel internacional, a través de la UNESCO, y luego de manera paulatina en Chile, llegue a sus aulas, tanto a nivel escolar como universitario” (p.173). Estos nuevos intereses sociopolítico se entrelazan con los de la disciplina, hacia un diseño social que contempla las necesidades humanas, con soluciones responsables. “Nuevas pautas de convenciones comienzan a fraguarse, permitiendo la apertura a otras definiciones de la disciplina, conducentes a la apertura de nuevos paradigmas, en donde el patrimonio y las identidades tienen cabida” (p.173).

Los acercamientos al concepto de patrimonio cultural y sus tipos, se dan principalmente a través de las directrices que entrega la UNESCO. Al respecto el patrimonio cultural se vincula con la diversidad cultural, la sostenibilidad y la pertenencia y revalorización cultural e identitaria. Asimismo posee el potencial de: 1) Contribuir a la revalorización continua de las culturas y las identidades; 2) Promover el acceso a la diversidad cultural y su disfrute; 3) Enriquecer el capital social; 4) Hacer crecer económicamente al sector turístico, con nuevos retos para su conservación; 5) Conformar un sentido de pertenencia, individual y colectivo, con cohesión social y territorial; 6) Estar en constante construcción y transformación. En concreto el patrimonio cultural es un conjunto de bienes, recursos y manifestaciones -de naturaleza material o inmaterial- que la historia le ha legado a una nación y que se constituyen en valores estimables por la sociedad, dada su importancia histórica, científica, simbólica o estética. Además conforman sentidos, lazos de pertenencia, identidad y memoria para un grupo o colectivo humano (González-Erber, 2020)

El proyecto de diseño como estrategia de formación y creación del diseñador, permite el desarrollo de competencias procedimentales, actitudinales y conceptuales. Además de transparentar un proceso cognitivo complejo de reconstrucción simbólica y de transformación de la realidad. De hecho, a través de él, es posible visibilizar una realidad con nuevos razonamientos, donde el verdadero problema es conseguir definir la problemática y no necesariamente interpretar el mensaje de un cliente. Ciertamente “Los problemas de diseño se construyen y este es el inicio real del proceso creativo” (Rodríguez, 2014, p.106). Esta estrategia es inherente a la praxis proyectual y se integra con teorías, prácticas y técnicas propias del diseño. Además, mediante el proyecto de diseño se configuran soluciones que aportan a la sociedad en un contexto cultural específico, de la mano de las ciencias sociales. De tal forma surge un tipo de proyecto categorizado como social y orientado a producir cambios en una realidad o grupo humano. Asimismo comienza a identificarse al diseño social, como un ejercicio o praxis del diseño gráfico, caracterizado como un diseño responsable.

El proyecto de graduación, titulación o tesis -como último proyecto y elección temática del estudiante universitario de diseño- es un instrumento académico que genera conocimiento y soluciones. Asimismo aportan desde la formación del diseñador gráfico a la construcción de la propia disciplina y la mejora social. Naturalmente, vemos que se retoman los proyectos de carácter social, a propósito de los cuestionamientos que la propia disciplina hace sobre su función y responsabilidades. De tal forma se reanudan viejos

debates que cuestionan su rol en sociedad, con el fin de conformar un cuerpo de conocimientos más actualizado y acorde a las nuevas demandas. De hecho, González-Erber (2021) señala que “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” (p.163). Una oportunidad para redelinear los espacios de intervención y lo que identifica o caracteriza al diseño.

Las exploraciones de la disciplina por nuevos terrenos de acción social se dan, a propósito de la deshumanización de nuestra sociedad, como un resultado del actual modelo económico. Esto obliga al diseño a redefinir sus objetivos y considerar soluciones sociales integradoras, encauzadas a necesidades humanas diversas (González-Erber, 2020). Mediante una praxis orientada al progreso “del bienestar de todas las personas desde valores éticos universales” (Forés, 2017, p.10).

Si bien las necesidades socioculturales están presentes en el hacer y saber disciplinar, estas han sido menos exploradas. Asimismo, en Latinoamérica los enfoques teóricos en innovación social o que generan un impacto en las comunidades, son temáticas nuevas para la disciplina del diseño (Durán y Mancipe, 2018). A pesar de su ineludible función social, incidiendo en los entorno, ya sea de manera positiva o negativa (Gaitto, 2018). Aunque se esperaría que el aporte social de la disciplina sea positivo.

Los diseñadores son actores sociales con responsabilidades en cuatro grandes ámbitos: profesional, ético, social y cultural. De tal forma que la contribución disciplinar se desenvuelve con discursos visuales valóricos y humanos, en una contribución positiva y con desarrollo cultural (Perri, 2016). Mientras que González-Erber (2020) basándose en Guerrero (2014) y Watson (2008), se refiere a las tendencias del diseño a nivel macro y resalta como temáticas principales: el cambio climático; la sostenibilidad y sustentabilidad ambiental; lo local y lo global; el individualismo; los procesos de urbanización; la personalización; la volatilidad; la digitalización y la ansiedad. En consecuencia el diseño gráfico, se postula como agente de cambio social y operador cultural, pues interviene con sus servicios en varios ámbitos sociales, como político, educativo, empresarial, religioso, entre otras (Del Valle Ledesma, 2003).

“El diseño crea a partir de un contexto o cultura de origen que es escuchada, interpretada y proyectada, a través de la investigación y la formulación de un proyecto de diseño” (González-Erber, 2020, p.68). De tal forma los territorios se tornan significativos para las creaciones o propuestas de solución y son considerados como recurso, patrimonio, paisaje cultural, bien público, espacio de solidaridad, entre otras. Transformándose en un lugar “contenedor de la historia y como lugar de convivencia ciudadana” (Serrano, 2010, p.425). A través de la formulación proyectual se identifican espacios específicos o contextos culturales únicos, con construcciones de significados propias. En consecuencia la disciplina se encarga de reponer, mantener y modificar su propia cultura, tomando distancia de aquellas soluciones que solo se orientan a la economía de mercado, donde el diseñador casi nunca decide que comunicar (González-Erber, 2020).

Mediante el proyecto el diseño la disciplina se vincula con los patrimonios -y para poder situar esta temática- tomamos la categorización propuesta por Del Valle Ledesma (2014) que permite la ubicación del *diseño patrimonial* como un *diseño social*. Esta autora define a *lo social*, desde cuatro ópticas: 1) *la semántica*, sociedad universal -vocación del diseño;

2) como *eufemismo*, a favor de pequeños grupos desposeídos, marginales/ Operaciones militantes contrarias al sistema; 3) El que contribuye a *eleva la calidad de vida* en sociedad, vinculadas al desarrollo; y 4) La *influencia del diseño en la sociedad*. Ubicados en esta última concepción de lo social, vemos un aporte a la construcción de identidades propias de cada comunidad. De tal forma que entendemos al *Diseño patrimonial* como un ejercicio del Diseño Gráfico, caracterizado como diseño social, a partir de su aporte a una comunidad, en la construcción y redefinición de identidades propias, a través de sus patrimonios culturales y naturales.

Centramos nuestro análisis en el contenido textual de los proyectos de diseño en estudio correspondientes al periodo 2000 al 2015, para develar de su formulación aportes o actualizaciones a la conformación de identidad disciplinar. Esto a través de la indagación de sus orientaciones temáticas generales; la orientación patrimonial del tema; la orientación geográfica de temática patrimonial; la finalidad en la estrategia patrimonial; la propuesta de solución en la intervención patrimonial; y los grupos sociales y culturales propuestos en los proyectos. Todo desagregado en categorías específicas.

Se parte del supuesto, que la disciplina del diseño gráfico tiende al desarrollo de proyectos en temas de patrimonio cultural y natural diverso. En consecuencia esta preferencia demuestra un perfil disciplinar de preocupación social, al incorporar retos en pos de la construcción de identidad de un país o comunidad. De tal forma su hacer se va enmarcando en el desarrollo humano por sobre el del mercado, con mensajes y discursos pro patrimoniales, mientras que su ser se desarrolla en una praxis humana, hacia un diseño social que rescata y valora los patrimonios como fuente de identidad de un país.

## Material y método

Para esta investigación se trabajó con una metodología del tipo Multimodal o mixta, de carácter inductiva, que opera realizando generalizaciones amplias apoyándose en observaciones específicas. El alcance del estudio en una primera etapa fue de tipo Exploratorio-descriptivo, a través del desarrollo de tendencias, y luego en una segunda etapa se realizó un análisis inferencial o interpretativo, para inferir las posturas narradas. De tal forma se utilizó la técnica del análisis de contenidos, propia de la investigación documental, con técnicas documentales y hermenéuticas, en un análisis temático.

Para el análisis del contenido de tipo cuantitativo se observó la Frecuencia de aparición de ciertas características del contenido, mientras que en el de tipo cualitativo nos detuvimos en la presencia o ausencia de la característica contenida.

Se estableció un plan de categorización con un sistema que responde a las exigencias de exhaustividad -todas las conductas relevantes para el estudio tienen una categoría a la cual pueden ser asignadas- y mutua exclusividad – se definen categorías para identificar donde va cada conducta. Todo a través de un análisis categorial temático, con indicadores para la frecuencia de aparición. El mencionado sistema de categorías permitió indagar los proyectos de graduación o finalización de la carrera de Diseño Gráfico, de una universidad estatal de prestigio y trayectoria histórica para la institucionalización del Diseño en Chile.

Fueron considerados aquellos proyectos inscritos en el periodo -2000-2015-, conformando un corpus de 451 proyectos, en un análisis transversal del contenido. A partir de esta unidad de muestreo -como espacio íntimo de creación- observamos conceptos, mensajes y discursos registrados en su formulación proyectual.

Mediante algunas unidades de registro del tipo: Títulos, Objetivos, beneficiarios/grupo objetivo y Resumen o introducción, fue posible identificar sus orientaciones temáticas, finalidades, propuestas de solución y grupos sociales/culturales consignados. Todo a través de los mensajes comunicados y los discursos conformados.

Para la recogida y análisis de los datos se utilizó un instrumento del tipo ficha o cuadro. De tal forma se contempló la ficha N°1 - para el análisis inicial y registro total de los 451 proyectos en estudio- y la ficha N°2 - para el análisis y registro de los proyectos en patrimonio-. Ambos instrumentos se inician con una descripción general de - Zona y región; Universidad; Fecha de publicación; Título del proyecto; Tipo de documento; Sección; Rasgos formales y Variables/ sub-variable. Además de esto la ficha N°2 indica Objetivos del proyecto; y Resumen, introducción y/o destinatario. Asimismo la ficha N°1 incluye un tipo de variable, mientras que la ficha N°2 incluye seis. En definitiva se construyó un producto del análisis realizado.

La recogida de datos, se realizó durante el primer semestre de 2018 en la biblioteca central de la universidad, con sede en Santiago - capital de Chile. Esta información se complementó con el repositorio académico virtual de la institución en estudio.

La codificación se llevó a cabo mediante el copiado literal de las unidades de registro, para su categorización e interpretación. Así, a partir del análisis cuantitativo se registraron indicadores y un sistema de valores o escalas de medición/Frecuencia, mientras que desde el análisis cuantitativo se reconocieron indicadores y categorías/ Presencia-ausencia.

Las dimensiones y sub-variables trabajadas fueron: Orientación temática; orientación patrimonial del tema; orientación geográfica de temática patrimonial; finalidad en la estrategia patrimonial; propuesta de solución en la intervención patrimonial; y grupos sociales y culturales propuestos en los proyectos.

## Resultados

Los resultados muestran una marcada tendencia hacia los proyectos sociales y un desinterés en aquellos proyectos mercantiles. Surgen proyectos con orientación temática en nueve categorías distintas, de las cuales la temática patrimonial –considerada como proyecto social- es la que presenta el más alto interés con un 38% del total. Este porcentaje de proyectos en temática social aumenta al incorporar las categorías de ayuda social -13%- y enseñanza aprendizaje -18%- , alcanzando un 69% de proyectos. En contrapunto vemos que los proyectos orientados al mercado solo alcanzan un 4,2% del total.

En los proyectos de temática patrimonial se identificó una orientación geográfica mayoritaria hacia los patrimonios nacionales -Chile. Mientras que los proyectos en patrimonios Traslacionales –Extranjeros- alcanzaron una muy baja presencia.

Por otro lado en el análisis de la orientación patrimonial del tema se evidenció: 1) Patrimonio cultural tangible/inmueble -Sitios patrimoniales o tradicionales -*rutas culturales y atractivas turísticas*-; 2) Patrimonio cultural Intangible -*costumbres y tradiciones, pueblos originarios*-; y 3) Patrimonio natural - área o medio natural. Mientras que no se considera en los proyectos al Patrimonio cultural tangible/mueble y al Patrimonio cultural-natural. En relación a la finalidad en la estrategia patrimonial se destacan aquellos proyectos orientados al *rescate*, mientras que el porcentaje más bajo se observa en la finalidad de *reinterpretar*. Además, la propuesta de solución en la intervención patrimonial, muestra un marcado interés en los *Impresos o editoriales*, sin embargo destacamos el segundo porcentaje más alto ubicado en un *sopORTE audiovisual*. Y la propuesta de solución menos trabajada es un *producto teórico* con escasa presencia.

Finalmente los grupos sociales y culturales que presentaron el mayor porcentaje fueron los *grupos informales o de interés común*. De igual forma destacamos la categoría de *visitante, observador o espectador*, con un alto porcentaje, mientras que la atención de un *grupo de poder económico* alcanza los porcentajes más bajos.

## Conclusión y discusión

Las reflexiones y el surgimiento de nuevas miradas sobre el hacer y ser de la disciplina del diseño gráfico, han comenzado a evidenciar ciertas anomalías en su práctica, su teoría y su ser disciplinar. Un cuestionamiento que exige aportes responsables, positivos y con mayor preocupación por las necesidades humanas. Y que requiere de una actualización de conocimientos y formas de actuar, concordantes con las exigencias sociales actuales.

Se evidencia un momento de crisis en la disciplina, donde su aporte social comienza a ser insuficiente y se cuestiona su dimensión ética. En un diseño que contribuye al consumo y despilfarro. Además, el surgimiento de nuevos problemas sociales para resolver, dificultan su permeancia en problemáticas timoneadas por el modelo de mercado. De ahí que la disciplina comienza un tránsito de revolución, desde competencias restringidas a los objetos a otras que posibilitan la configuración de sistemas, entornos, ideas y valores. Entendemos este vuelco como el establecimiento de un nuevo paradigma y su posterior aceptación. Uno dominado por un modelo socio-cultural. Con movimientos de la disciplina hacia un rol social y humano, en un tránsito por nuevas problemáticas. Tal es el caso de la construcción de identidad nacional, mediante los patrimonios.

La identidad disciplinar se orienta a un fin social y toma distancia de los fines mercantiles. En una renovación epistémica que reconoce otros tópicos sociales, como el patrimonio cultural. De esta forma enriquece sus procesos de creación discursiva y práctica proyectual. Del mismo modo sus espacios de intervención se amplían y dialoga con requerimientos estatales, sociales, culturales, laborales, empresariales y éticos. Así la disciplina responde con responsabilidad social, ante la creación de identidad de una comunidad o país y empieza a evidenciar una tendencia hacia mensajes, discursos y perfiles que se cruzan con la identidad cultural de una sociedad, mediante sus patrimonios.

Este cruce de la disciplina con los patrimonios culturales y naturales se asume desde una perspectiva multidisciplinar, a través del proyecto. Y circunda por escenarios cada vez más diversos en un encuentro con la política, la sociología, la economía, la antropología, la historia y la cultura, sobre todo cuando trabaja los patrimonios y su gestión.

De este modo, los pilares fundamentales del diseño moderno se tornan difusos, y opera un tránsito que va desde la forma, a procesos complejos, sistémicos y multidisciplinares. Donde los patrimonios culturales y naturales se hacen visibles a través del proyecto de diseño, para reforzar la identidad de un país y una disciplina, con carácter social. Así la disciplina del diseño gráfico -como un operador social y cultural- enlaza el resultado de las prácticas formativas y proyectuales con los lineamientos políticos sobre patrimonio cultural. Y aporta a la redefinición identitaria y cultural de un país, a partir de los imaginarios propios y colectivos del territorio, la comunidad y la memoria de la región que los alberga. Emerge el Diseño Patrimonial.

## Agradecimientos

A la Universidad de Tarapacá -Arica-Chile- por su apoyo financiero con beca de estudios. Bajo el Decreto Exento N°00.1067/2015

## Referencias bibliográficas

- Angulo, C., Herrera, L. y Marín, M. (2021). Diseño, ética y estética para transformar la realidad social. *Revista Zincografía*, 5(9), 5 -23. <https://doi.org/10.32870/zcr.v0i9.85>
- Antoine, C., Aránguiz, S. y Montt, C. (2018). Formación para el Diseño Social. Percepciones y expectativas entre los estudiantes de la Facultad de Diseño de la Universidad del Pacífico, Chile. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, (69): 235-249. DOI: <https://doi.org/10.18682/cdc.vi69>
- 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-diseno-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.
- Barnes, B. (1982). T. S. Kuhn y las ciencias sociales. España: Fondo de Cultura Económica.
- Buchanan, R. (1998). Education and Professional Practice in Design. *Design Issues*, 2(14): 63-66. DOI: 10.2307 / 1511851
- Del Valle Ledesma, M. (2003). El diseño gráfico, una voz pública: Se la comunicación visual en la era del individualismo. Buenos Aires: Wolkowicz Editores.

- \_\_\_\_\_ (2014). Cartografía del diseño social: aproximaciones conceptuales. *Anales*, 43(1): 97-106. <http://www.iaa.fadu.uba.ar/ojs/index.php/anales/article/view/107/95>
- Dosio, P. (2012). *Pedagogías del diseño. Exploración sobre lo interdisciplinar y el impacto social en su enseñanza* [Proyecto de investigación]. Argentina: Universidad de Palermo.
- Forés, C. (2017). Cartografías del diseño desde la acción social. Interlínea. *Cuadernos de Investigación en Arte, Diseño y Educación*, (1): 1-14.
- Gaitto, J. (2018). La función social del diseño o el diseño al servicio social. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. (69): 1-6. <http://www.scielo.org.ar/pdf/ccedce/n69/n69a03.pdf>
- González-Erber, D. (2020) Tendencias sociales del diseño gráfico en Chile: discursos sobre el patrimonio cultural, social y natural. Análisis de los proyectos de título de la carrera Diseño Gráfico de la Universidad de Chile (2000-2015) [Tesis 2Doctoral en Diseño, Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo].[https://www.palermo.edu/dyc/doctorado\\_diseno/documentacion/Tesis\\_Gonzalez\\_Erber.pdf](https://www.palermo.edu/dyc/doctorado_diseno/documentacion/Tesis_Gonzalez_Erber.pdf)
- \_\_\_\_\_ (2021). 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*, (36):162-164. Argentina: Universidad de Palermo. [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/archivos/892\\_libro.pdf](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/892_libro.pdf)
- Guerrero, G. (2014). *La emancipación de la mirada: del espectador oculto al espectador visible. Estrategias visuales para una experiencia estética en el museo desde una perspectiva A/R/ Tografica* [Tesis Master en Artes visuales, Depto. de Didáctica de la Expresión Musical, Plástica y Corporal]. España: Universidad de Granada.
- Gujosa, V. (2008). El reto de la educación ante el nuevo rol del diseño. *Actas de Diseño* 5(5). N°5. III Encuentro Latinoamericano de Diseño “Diseño en Palermo”. Argentina.
- 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.
- Kuhn, T. (1987). ¿Qué son las revoluciones científicas? Barcelona: Paidós.
- \_\_\_\_\_ (2004) [1962]. La estructura de las revoluciones científicas. México: Fondo de Cultura Económica.
- Margolín, V. (2012). Un “modelo social” de diseño: cuestiones de práctica e investigación. *Revista KEPES*, 8, p.61-71.
- Mazzeo, C. (2018). Prólogo. La dimensión ideológica de la enseñanza del diseño. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. (67): 1-5. <http://www.scielo.org.ar/pdf/ccedce/n67/n67a01.pdf>
- Papanek, V. (1985) *Design for the Real World; Human Ecology and Social Change*, New York: Thames and Hudson.
- Perri, V. (2016). *De la forma y la función al diseño como práctica cultural. Reflexiones al costado del camino*. [Ponencia] 8° Jornadas de investigación en disciplinas artísticas y proyectuales (JIDAP). Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Bellas Artes. Argentina.
- Rodríguez, L. (2014). Hacia un diseño integral. *Cuaderno del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. [Ensayo] (49):105-117. Argentina: Universidad de Palermo.
- Serrano, C. (2010). Políticas de Desarrollo Territorial en Chile. [Documento] [https://www.sociedadpoliticaspublicas.cl/archivos/BLOQUE1/Descentralizacion/Políticas\\_de\\_desarrollo\\_territorial\\_en\\_Chile.pdf](https://www.sociedadpoliticaspublicas.cl/archivos/BLOQUE1/Descentralizacion/Políticas_de_desarrollo_territorial_en_Chile.pdf).

- Soliz, M. (2012) El Diseñador, un Operador Cultural. La Paz Bolivia. [Documento] <https://es.scribd.com/doc/105155092/El-Diseñador-un-Operador-Cultural>.
- UNESCO - Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (1972) Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural. [Documento] <https://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>
- \_\_\_\_\_ (2014). Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo. Manual Metodológico. [https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/iucd\\_manual\\_metodologico\\_1.pdf](https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/iucd_manual_metodologico_1.pdf)
- Watson, R. (2008). Future files The 5 trends that will shape the next 50 years. London: Brealey.

---

**Abstract:** The discipline of graphic design is linked to various social predicaments to be solved. Although preferably, its tendency of social linkage has been placed in market, usage, and sale themes. This preference is driven by the market model and assumed as a disciplinary function.

Nevertheless, the topic about contributions and responsibilities of design, among others, shifts their concerns to issues of the social sphere in a somewhat different place from that of the market; this is evidenced in the thematic analysis of the textual content of the graduation projects -2000-2015- of a state university in Chile.

Through a multimodal methodology, with a system of thematic categories. The results show a trend towards the country's cultural identity or community through the rescue of cultural and natural heritage and a decrease in the attention to market needs.

**Keywords:** Social graphic design - Design project - Heritage design - Project formulation - Disciplinary identity - Higher education.

**Resumo:** A disciplina de design gráfico está relacionada com diversos problemas sociais a serem resolvidos. Embora preferencialmente, sua tendência de vínculo social tem se situado nos temas mercado, consumo e venda. Essa preferência é impulsionada pelo modelo de mercado e assumida como uma função disciplinar. Porém, questionamentos sobre as contribuições e responsabilidades do design, entre outras questões, deslocam suas preocupações para questões da esfera social, em um lugar diferente do mercado. Isso se evidencia na análise temática do conteúdo textual dos projetos de graduação -2000-2015- de uma universidade estadual do Chile. Utilizando uma metodologia multimodal, com um sistema de categorias temáticas. Os resultados mostram uma tendência voltada para a identidade cultural de um país ou comunidade, por meio do resgate de patrimônios culturais e naturais, e diminuição da atenção às necessidades do mercado.

**Palavras chave:** Design gráfico social - Projeto de design - Design de patrimônio - Formulação de projetos - Identidade disciplinar - Ensino superior.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por su autor]

---