

# Discurso, cultura, emoción; prácticas discursivas interculturales, transculturales y alternativas

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

ROGELIO G. GARZA RIVERA  
RECTOR

CARMEN DEL ROSARIO DE LA FUENTE GARCÍA  
SECRETARIA GENERAL

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

LUDIVINA CANTÚ ORTIZ  
DIRECTORA

JOSÉ JAVIER VILLARREAL  
SECRETARIO DE PRODUCCIÓN EDITORIAL



Diseño de portada y edición electrónica: Antonio Esai Torres Treviño

Asistentes de edición: Maíra González Gallegos y Mónica Melissa Escobedo Zamarrón

D.R. © Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Autónoma de Nuevo León  
Ciudad Universitaria, Apartado Postal 10, Sacursal F  
C.P. 66455 San Nicolás de los Garza, N. L., México  
Tels.: 8376-0620 / 8376-0780 / 8352-4250 / 8352-4259 / Fax: 8352-5690

ISBN 978-607-27-0938-6

Primera edición: septiembre de 2018

Prohibida la reproducción y la transmisión total o parcial de esta obra en cualquier forma, ya sea electrónica o mecánica, incluso fotocopia o sistema para recuperar información, sin permiso de la institución responsable de la edición.

Impreso en México *Printed in Mexico*



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN  
ROGELIO G. GARZA RIVERA / RECTOR

CARMEN DEL ROSARIO DE LA FUENTE GARCÍA / SECRETARIA GENERAL

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS  
LUDIVINA CANTÚ ORTIZ / DIRECTORA

CUERPO ACADÉMICO CAC- UANL 245- "LENGUAJES, DISCURSOS, SEMIÓTICAS.  
ESTUDIOS DE LA CULTURA EN LA REGIÓN"  
MARÍA EUGENIA FLORES TREVIÑO / LÍDER



ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE ESTUDIOS DEL DISCURSO /  
DELEGACIÓN MÉXICO / MARÍA EUGENIA FLORES TREVIÑO



Grupo Académico  
Análisis del Discurso y Semiótica de la Cultura.

ESCUELA NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA  
JULIETA VALLE ESQUIVEL / DIRECTORA

CUERPO ACADÉMICO CAEC ENAH 4: "ANÁLISIS DEL DISCURSO  
Y SEMIÓTICA DE LA CULTURA"  
JULIETA HAIDAR / LÍDER



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CIUDAD JUÁREZ  
JUAN IGNACIO CAMARGO NASSAR / RECTOR

CUERPO ACADÉMICO CAEC-UACJ 101: "ESTUDIOS DE DISCURSOS, CULTURAS Y  
GÉNERO"  
CLARA EUGENIA ROJAS BLANCO / LÍDER



ESCUELA NORMAL SUPERIOR "PROFR. MOISÉS SÁENZ GARZA"

HUMBERTO LEAL MARTÍNEZ / DIRECTOR GENERAL

CUERPO ACADÉMICO CAEF-ENSMMSG 3:"DISCURSO, EDUCACIÓN Y SOCIEDAD"  
ERNESTO DE LOS SANTOS DOMÍNGUEZ / LÍDER

## ÍNDICE

PRESENTACIÓN .....	X
PARTE I. DISCURSO Y EPISTEMOLOGÍA .....	2
ARGUMENTACIÓN VISUAL/EMOCIONAL: MODELOS ANALÍTICOS <i>Julieta Haidar</i> .....	3
EL DISCURSO ORIGINARIO: SOBRE LA GEOMETRÍA <i>Jolanta Klyszcz</i> .....	31
PROLEGÓMENOS PARA UNA CONCEPTUALIZACIÓN NO INSTRUMENTAL DEL DISCURSO EMOCIONAL. EL CASO DEL ARTE <i>Vivian Romeu</i> .....	68
PARTE II	
DISCURSO, INSTRUMENTALIDAD, ALTERIDAD, IMAGINARIOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....	100
PRODUCCIÓN SEMIÓTICO-DISCURSIVA DE MEMES ACERCA DE LA REFORMA ENERGÉTICA <i>Graciela Sánchez Guevara y Marcos Chan Lima</i> .....	101

LAS REPRESENTACIONES RACISTAS EN LAS OPINIONES DE LOS USUARIOS DE SITIOS DE NOTICIAS EN <i>FACEBOOK</i> : UN ANÁLISIS POR MEDIO DE LA TEORÍA DE LA VALORACIÓN <i>Norma Patricia Sepúlveda Legorreta y María Eugenia Flores Treviño</i> .....	130
DINÁMICAS DE LA INTERSUBJETIVIDAD EN REDES SOCIALES: OBJETIVACIÓN Y DESHUMANIZACIÓN <i>Marco Fabio Barrera Márquez y Bernardo Enrique Pérez Álvarez</i> .....	176
LA CONSTRUCCIÓN DISCURSIVA DEL INDIO MEXICANO <i>Ana Luisa Ramírez Muñoz</i> .....	203
LA CONSTRUCCIÓN NARRATIVA DE LA IDENTIDAD DE LAS MUJERES DESPLAZADAS: UNA APROXIMACIÓN DESDE EL ENFOQUE DIALÓGICO DEL POSICIONAMIENTO INTERACCIONAL <i>Yudi Herrera</i> .....	224
ESTRATEGIAS DISCURSIVAS PARA LA DELIMITACIÓN GRUPAL EN DISCURSOS SOBRE EL NARCOTRÁFICO	

*Ulises Cruz Cárdenas y Bernardo Enrique Pérez  
Álvarez* ..... 262

### PARTE III.

DISCURSO, PRAGMÁTICA Y SOCIO-  
PRAGMÁTICA ..... 285

PARA DECIRTE LA VERDAD: LA COMUNIÓN  
FÁTICA, ACTOS DE HABLA E IMAGEN EN  
GUADALAJARA, MEXICO  
*Gerrard Mugford y Leilani Ortiz* ..... 286

“SACAR” Y “SALIR ADELANTE”: METÁFORAS  
CONCEPTUALES, EMOCIÓN Y ATENUACIÓN EN  
EL HABLA DE MONTERREY PRESEEA  
*Xitlally Rivero Romero y Luis Fernando Bañuelos*.... 308

LA TRADUCCIÓN INVERSA DEL ASPECTO  
INTERCULTURAL DE LA (DES) CORTESÍA E  
IMAGEN EN TEXTOS LEGALES  
*María Eugenia Martínez Flores y Armando González  
Salinas* ..... 356

LA TRADUCCIÓN DE TEXTOS PERIODÍSTICOS DE  
EDICIÓN BILINGÜE PARA DETECTAR  
MARCADORES DE  
ATENUACIÓN/INTENSIFICACIÓN

*Adriana Rodríguez Althon y Armando González Salinas*  
..... 379

IMPACTO DE LAS REPRESENTACIONES  
SOCIALES EN EL DESARROLLO DE LA  
COMPETENCIA FONOLÓGICA DEL FRANCÉS  
*Orlando Valdez Vega y María Eugenia Flores Treviño*  
..... 401

### PARTE IV.

DISCURSO, ALTERIDAD, (INTER)  
CULTURA Y ONTOLOGÍAS ..... 429

ONTOLOGÍAS DE LOS PRINCIPIOS INTEGRALES:  
INTERCULTURALIDAD SEMIÓTICA Y  
FILOSÓFICA EN *ABYA YALA*  
*Pedro Reygadas Robles Gil y Juan Manuel Contreras  
Colín*..... 430

NATURALEZA Y CUERPO EN LOS PUEBLOS  
INDÍGENAS. UNA FORMA DE APROXIMARSE A  
LA COMPRESIÓN DE LAS ALTERIDADES  
*Ignacio Ramos Beltrán*..... 469

DISCURSO E INTERSEMIOSIS EN RELATOS  
ORALES SOBRE BRUJERÍA DEL SURESTE DE  
COAHUILA  
*Gabriel Ignacio Verduzco Arguelles y María Eugenia  
Flores Treviño* ..... 511

CONDICIONES DE POSIBILIDAD DEL SERMÓN EVANGÉLICO/PROTESTANTE <i>Abraham Banda Robles y María Eugenia Flores</i> Treviño.....	533
---	-----

PARTE V.

PODER, IDEOLOGÍA, CONFLICTO SOCIAL.....	567
--	-----

LA REPRESENTACIÓN DEL TERROR Y LA GUERRA: PERSPECTIVAS CARIBEÑAS Y LATINOAMERICANAS <i>Doris Evelyn Martínez Vizcarrondo.....</i>	568
--	-----

“MÉXICO EN PAZ”: LA CONSTRUCCIÓN DEL REFERENTE “SEGURIDAD NACIONAL” EN DISCURSOS DEL PRESIDENTE ENRIQUE PEÑA NIETO <i>Lariza Elvira Aguilera Ramírez y María Eugenia Flores</i> Treviño.....	708
---	-----

PARTE VI.

PRÁCTICAS DISCURSIVAS Y CULTURA DE GÉNERO .....	739
--	-----

DESCORTESÍA EN ACTIVIDADES DE IMAGEN SEXISTAS A TRAVÉS DE REFRANES, PIROPOS Y	
--	--

FRASES HECHAS CIRCULANTES EN LA CULTURA RIOPLATENSE <i>Silvia Kaul de Marlangeon.....</i>	740
---	-----

LA IRA Y EL DUELO COMO PRÁCTICAS RETÓRICO- DISCURSIVAS ANTE LOS SILENCIOS FEMINICIDAS <i>Clara Eugenia Rojas Blanco.....</i>	768
---	-----

LA IDENTIDAD FEMENINA EN EL DISCURSO DE LOS MEMES Y SU CIRCULACIÓN EN LAS COMUNIDADES VIRTUALES <i>Ludivina Cantú Ortiz .....</i>	794
--	-----

EDUCAÇÃO E SEXUALIDADE: PRÁTICAS DISCURSIVAS LITERÁRIAS E TECNOLOGIAS DO EU NA CONSTRUÇÃO DE MODOS DE EXISTÊNCIA <i>Maria Regina Momesso .....</i>	830
--	-----

LA REPRESENTACIÓN DE LA MUJER EN EL MANGA DREM, DE LORENA VELASCO TERÁN <i>Rosa Ma. Gutiérrez García .....</i>	858
--	-----

EL GÉNERO Y EL DISCURSO POLÍTICO EN EL DEBATE ELECTORAL COMO DIFUSOR DE LAS FORMACIONES IMAGINARIAS EN NUEVO LEÓN 2015	
---	--

<i>Olga Nelly Estrada y Manuel Santiago Herrera</i> <i>Martínez</i> .....	883
<b>BRAVE Y FROZEN: UN ENFOQUE DE GÉNERO</b> <i>Eréndira Rebeca Villanueva Chavarría</i> .....	905
<b>PARTE VII</b> .....	929
<b>DISCURSO, IMAGINARIOS Y FORMACIÓN EDUCATIVA</b> .....	929
<b>LAS FORMACIONES IMAGINARIAS DEL DISEÑADOR GRÁFICO IDÓNEO EN EL DISCURSO DEL CAMPO ACADÉMICO</b> <i>Karina Gabriela Ramírez Paredes, María Eugenia Flores Treviño y Mariana Guadalupe Galindo Treviño</i> .....	930
<b>EL ANÁLISIS DEL DISCURSO EN LA FORMACIÓN DE DOCENTES. REFLEXIONES</b> <i>Lariza Elvira Aguilera Ramírez y Ernesto De Los Santos Domínguez</i> .....	958

## **LAS FORMACIONES IMAGINARIAS DEL DISEÑADOR GRÁFICO IDÓNEO EN EL DISCURSO DEL CAMPO ACADÉMICO**

**Karina Gabriela Ramírez Paredes,**

**María Eugenia Flores Treviño y**

**Mariana Guadalupe Galindo Treviño**

(Universidad Autónoma de Nuevo León)

### **Resumen:**

El diseño gráfico se ha convertido en un medio al servicio de la comunicación y la cultura; su reflexión e investigación son tareas obligatorias para la academia. El objetivo de la investigación es determinar las formaciones imaginarias del diseñador gráfico idóneo a partir del análisis del discurso emitido por el campo académico de la

930

disciplina, con el fin de ampliar el conocimiento sobre el perfil profesional. Se revisa la incidencia de las formaciones imaginarias (Pêcheux, 1978) y su relación con las manifestaciones del *habitus*<sup>132</sup> (Bourdieu, 1980), la ideología (Reboul, 1986), el poder (Foucault, 1987), el lugar social (Flores, 2008), y las representaciones sociales (Moscovici, 1986; Jodelet, 1986 y Van Dijk, 1999) en el corpus seleccionado; se detectaron cuatro rasgos que se han establecido como categorías y que dan pie a la construcción del perfil idóneo del diseñador gráfico: 1) Adquisición e incorporación del conocimiento, 2) Destrezas mentales y métodos de producción y actuación, 3) Hábitos profesionales, actitudes y valores, y 4) Dinámicas de integración, comunicación interpersonal y trabajo cooperativo. Palabras claves: discurso, diseñador gráfico, formaciones imaginarias, campo académico.

#### Abstract:

Graphic design has become a meansto help communication and culture; reflection and research are obligatory for academia.This paper examines the discourse of the academic field for graphic design. The aim of the research is to determine the imaginary formations of the suitable graphic designer from the analysis of the academic field, in order to expand the knowledge about the professional profile. The incidence of imaginary

<sup>132</sup>En este texto se utiliza fuente cursiva para representar los extranjerismos y latinismos no adaptados.

formations (Pêcheux, 1978) and its relation to the manifestations of *habitus* (Bourdieu, 1980), ideology (Reboul, 1986), power (Foucault, 1987), social place (Flores, 2008) and social representations (Moscovici, 1986; Jodelet, 1986 y Van Dijk, 1999) are reviewed in the selected corpus; four traits were identified and have been established as categories and that allow the construction of the ideal profile of the graphic designer: 1) Acquisition and incorporation of knowledge, 2) Mental skills, methods of production and performance 3) Professional habits, attitudes and values, and 4) Dynamics of integration, interpersonal communication and cooperative work.

Key words: discourse, graphic design, imaginary formations, academic field.

## 1. Introducción

El diseño gráfico supera las barreras del lenguaje oral, e integra al hombre con el entorno. Establece una relación entre el productor con el consumidor, y se convierte así en un medio al servicio de la cultura y la alfabetización de los pueblos (Sánchez, 2012). Por ello, la exploración, la reflexión y la investigación en torno a los discursos que conforman el diseño gráfico se convierten en una tarea obligatoria para la comunidad académica interesada en el tema. La presente

investigación<sup>133</sup> se propone establecer las formaciones imaginarias del diseñador gráfico en un *corpus* de 16 discursos (entre artículos de revistas arbitradas, artículos publicados en comunidades/foros de reflexión, memorias de congresos y libros que resultan de investigaciones o experiencias profesionales en torno al diseño gráfico). Sus resultados aportarán conocimiento sobre el perfil del profesional en el área. Los apoyos que sustentan este trabajo se recogen de la teoría del control discursivo, el poder (Foucault, 1987); la ideología (Reboul, 1986); el *habitus* (Bourdieu, 2000); el funcionamiento de las formaciones imaginarias (Pêcheux, 1978) y las representaciones sociales (Moscovici, 1986; Jodelet, 1986 y Van Dijk, 1999).

## 2. Estrategia metodológica y corpus de estudio

El conocimiento obtenido del análisis del discurso en el campo académico, permitirá

---

<sup>133</sup>Este trabajo pertenece a un capítulo de la tesis doctoral: "La identidad del diseñador gráfico ideal a través de los imaginarios discursivos" en elaboración en la Facultad de Filosofía y Letras y la Facultad de Artes Visuales de la Universidad Autónoma de Nuevo León, México.

vislumbrar acciones para que la sociedad conozca más sobre la profesión y su impacto en la cultura. Se pretende aportar a la formación de profesionales críticos e independientes, ya que de acuerdo con Cardoso "sin crítica y sin pensamiento, el profesional de diseño tiende a permanecer en una posición subordinada dentro del mercado de trabajo, casi siempre subalterno, casi nunca directivo; más autómatas que autónomo" (Cardoso, 2011, p.162).

La primer etapa del procesamiento de análisis del discurso fue localizar la incidencia de las formaciones imaginarias y su relación con las manifestaciones del *habitus*, la ideología, el poder y el lugar social en el discurso del campo académico cuyo objeto de estudio es el diseño gráfico. Se seleccionó un corpus de dieciséis discursos que se dividen en: artículos de revistas arbitradas (Costa, 2004; Fregoso, 2008; Hernández, s.f.; Pontis, 2009), artículos publicados en comunidades/foros de reflexión y debate en torno a la temática (Belluccia, 2012; Chaves, 2015; Serrano, 2015; Vilchis, 2012), trabajos publicados en memorias de congresos de diseño (Guzmán, 2002; Ibáñez, 2002, Real, 2013; Restrepo, 2013) y obras que resultan de investigaciones o experiencias profesionales



en torno a la profesión (Cardoso, 2014; Frascara, 2000; Rivera, 2013; Tiburcio, 2015). El recorte diseñado para el corpus data del año 2000 al 2015, debido a que en ese lapso se ha desarrollado mayor interés por el diseño gráfico como objeto de estudio.

En la segunda etapa del proceso, se estableció un modelo que consta de cuatro categorías de análisis que permiten organizar los enunciados recabados. Finalmente, la tercera etapa constó de una reducción de los enunciados ya categorizados, para posteriormente realizar una representación visual del perfil ideal del diseñador gráfico. Enseguida se ofrece la discusión respectiva.

### 3. Aproximación al Diseño Gráfico. El contexto mexicano

En México, la actividad proyectual u oficio de construir mensajes visuales tiene sus comienzos con la llegada de la imprenta en 1539 y después, a finales del sigloXIX, como servicio de la publicidad (Vilchis, 2010). Quienes cumplían ésta función eran técnicos o artistas técnicos, en aquella época aún no eran reconocidos como diseñadores; el reconocimiento del diseño parte de su enseñanza (Tiburcio, 2015), primero en la

escuela alemana de Bauhaus en 1919, posteriormente, con la llegada de su influencia pedagógica a América y finalmente, en 1968, inicia la formación de diseño gráfico en la Universidad Iberoamericana Ciudad de México, en México.

Desde entonces el diseñador gráfico se ha visto envuelto en diversos debates dentro del gremio. Margolin (2005) afirma que existe una creciente corriente de alternativas relacionadas con las investigaciones sobre diseño. Actualmente existen diversas investigaciones en torno a la conceptualización y enseñanza del diseño gráfico, así como relacionadas con la interacción que tiene con otros fenómenos sociales y culturales.

Con los años, la profesión ha asumido mayor campo de acción y responsabilidad porque busca generar impacto en el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente. Es por estas razones que el diseño gráfico ya no solo se relaciona con el arte, sino también con la comunicación, pero sobre todo establece fronteras con la ingeniería, sociología, semiótica, mercadotecnia, publicidad, matemáticas, entre otras.

Navas (2009) afirma que el diseño es un estilo de vida en el que nuestras ideas y

proyecciones cobran vida para forrar de imágenes nuestros días. De esta concepción se rescata, que no se trata solo de las ideas del mismo diseñador, sino de un asunto más importante: hacer tangible el pensamiento de otra persona, transformar una idea en comunicación visual.

Costa (2014, p.89) asegura que “el diseño es una actividad mediadora que tiene mucho que ver con la configuración del entorno artificial y constituye un elemento significativo de sus interacciones con los individuos y la sociedad”.

#### 4. Las Formaciones imaginarias

Las formaciones imaginarias se refieren al lugar e identidad que el sujeto hace de sí mismo, del receptor y del objeto de su discurso, en este proceso intervienen las formaciones sociales, ideológicas y discursivas, las cuales serán analizadas más adelante.

Dentro del discurso, el emisor y receptor ocupan ciertas posiciones, las cuales son determinadas por las formaciones imaginarias que “designan el lugar que A y B atribuyen cada uno a sí mismo y al otro, la imagen que

ellos se hacen de su propio lugar y del lugar del otro” (Pêcheux, 1978, p.48).

Estrechamente vinculado a estas formaciones se encuentra el lugar social, que Flores describe como “el conjunto de rasgos que dan o no estatus y poder a los participantes en un intercambio comunicativo en la sociedad y en la cultura en que se hallan inmersos, y de estos rasgos depende el tipo de relaciones establecidas según la clase social, la ocupación, el grado de escolaridad, etc.” (Flores, 2008, p.269).

##### 4.1. La Formación social y el habitus

La formación social, “[...]de acuerdo con Haroche, Henry y Pêcheux, es determinada por la estructura económica con sus modos de producción, y el conjunto de relaciones que le son propias que influye en el individuo, pues condiciona su vida cotidiana a través de una formación ideológica que la sustenta” (Flores, 2008, p.251). “La formación social se define por la manera como se articulan los modos de producción por la estructura de las clases antagónicas, por la superestructura existente y por la forma del estado” (Haidar, 1998, p.125).

En la formación social incide el *habitus*, comprendido por Bourdieu (1992) como “un sistema abierto de disposiciones que se confronta permanentemente con experiencias nuevas, y por lo mismo, es afectado también permanentemente por ellas. Es duradera, pero no inmutable” (p.109).

La desatención que se le ha dado al *habitus* en la formación de los diseñadores, se evidencia en un fragmento del discurso de Cardoso (2011), en el cual habla de que en la enseñanza del diseñador gráfico, es común que se les diga a los diseñadores lo que no son, sin enseñarles de qué realmente se trata su profesión:

De acuerdo con el sentido común (que todavía se enseña en algunas escuelas), un diseñador no es un artista, tampoco es artesano, ni arquitecto, ni ingeniero, ni estilista, ni mercadólogo, ni publicista, etc. Entre todas las advertencias sobre lo que no deben ser, muchas veces se olvida decir a los alumnos qué es lo que pueden llegar a ser en realidad. La respuesta tiene dos partes: por un lado, no son nada de lo anterior; por otro, son todo eso y más (Cardoso, 2011, p.156).

#### 4.2. La Formación ideológica

La formación ideológica actúa como una superestructura coercitiva sobre el individuo, Flores (2008) la define de la siguiente manera:

La formación ideológica corresponde a la superestructura legal y política vigente en el sistema social al que el sujeto pertenece, que es coercitiva sobre él; y también se remite a las ideas, creencias, etc., que posee el individuo que hacen legítimas las relaciones sociales, por medio de diversos mecanismos, uno de los cuales es la formación discursiva. (p. 251)

Reboul (1986), expresa que “la ideología confiere a las palabras no sólo un sentido, sino también un poder. Poder de persuasión, de convocatoria, de consagración, de estigmatización, de rechazo. El término crea literalmente un monopolio y lo impone” (p. 12). El emisor puede creer que su ideología es autónoma, sin embargo está determinada por factores externos. Estos factores pueden ser la moral, la religión, la metafísica, la economía, la política etc.

### 4.3. La Formación discursiva

La formación discursiva es en la cual inciden la formación ideológica y la social:

[...] La formación discursiva implica varios tipos de restricciones en la producción discursivo-textual: a) lo que se puede decir; b) lo que no se puede decir (lo prohibido); c) lo que se debe decir; d) cómo se debe decir; e) cuándo se debe decir; f) quién lo dice y g) a quién lo dice. Estas restricciones están presentes de manera un poco diferente en las formaciones imaginarias que plantea Pêcheux (Haidar, 2000, p.47).

Esta idea se relaciona con las condiciones de posibilidad de emergencia de los discursos establecidas por Foucault (1987), las cuales se refieren a los mecanismos que controlan la producción, recepción y circulación de los discursos mediante procedimientos que tienen por función “conjurar los poderes y peligros, dominar el acontecimiento aleatorio y esquivar su pesada y temible materialidad” (Foucault, 1987, p.5).

Foucault (1987) analiza las condiciones de posibilidad de emergencia de los discursos a partir de la siguiente hipótesis:

Toda sociedad la producción del discurso está a la vez controlada, seleccionada y redistribuida por un cierto número de procedimientos que tienen por función conjurar los poderes y peligros, dominar el acontecimiento aleatorio y esquivar su pesada y temible materialidad (Foucault, 1987, p.185).

### 5. Caracterización de categorías para la construcción del perfil idóneo del diseñador

Tras localizar la incidencia de las formaciones imaginarias mediante el análisis del corpus seleccionado, se extrajeron cuatro rasgos que se han establecido como categorías y que dan pie a la construcción del perfil idóneo del diseñador gráfico. Las formaciones imaginarias y, por lo tanto, las categorías derivadas, proceden de los teóricos del diseño: Pontis (2009), Vilchis (2014), Guzmán (2002), Rivera (2013), Costa (2014), Chávez (2015), Rastrepo (2013), Frascara (2000), Fragoso

(2008), Serrano (2015), Real (2013), Kopp (2013), Hernández (s.f.), Belluccia (2012), Ibáñez (2002) y Tiburcio (2015). A continuación se presentan las categorías establecidas, y por cada una ellas, los resultados obtenidos que corresponden al análisis del campo académico del diseño gráfico y que permiten describir el perfil ideal del profesional proyectual:

*A) Adquisición e incorporación del conocimiento<sup>134</sup>.*

Supone el desarrollo cognitivo y acumulación de información adquirida mediante un proceso de aprendizaje y experiencias. Presenta tres subcategorías: 1) Visual, 2) Cultural-social y, 3) Multidisciplinar.

1) Subcategoría visual.

Saber de teorías sobre lenguaje visual, manifestaciones de la gráfica, códigos estilísticos, reglas y otros conceptos sobre organización visual y estructuración de mensajes, así como procesos de diseño.

2) Subcategoría Cultural-social.

---

<sup>134</sup> Se utiliza fuente cursiva y negrita para representar las cuatro categorías para la construcción del perfil idóneo del diseñador.

Conocer y clasificar objetos y seres que coexisten, así como la capacidad de construir experiencias que alimenten su mente y le permitan crear nuevas representaciones, sin dejar a un lado la necesidad de conocer la opinión y experiencia del usuario que ayuden a analizar problemáticas, necesidades e inquietudes sociales.

3) Subcategoría  
Multidisciplinar.

Aplicar teorías y/o conceptos de otras disciplinas como la semiótica, psicología, antropología, sociología, lingüística, filosofía e historia.

Finalmente, dentro del discurso de Rivera (2013) se encuentra un fragmento que representa la esencia de la Categoría Adquisición e incorporación del conocimiento, en la cual presenta no solo un deber del diseñador gráfico, sino de su enseñanza profesional:

[...] que aprendan a conocer; que aprendan a hacer para que puedan influir en el propio entorno y que aprendan a vivir juntos para participar y cooperar con los demás en todas las actividades humanas. Desde esta óptica, la enseñanza basada en contenidos debe ser desplazada por

una centrada en el desarrollo de competencias cognitivas y afectivas (Rívera, 2013, p.19).

*B) Destrezas mentales y métodos de producción y actuación.*

Interviene una mezcla de habilidades y destrezas con capacidades cognitivas y métodos de actuación que posibilitan un mejor quehacer profesional.

Los discursos analizados en los cuales se manifiesta esta categoría están relacionados con el cómo utilizar el conocimiento y la información adquirida previamente, así como en la capacidad de mezclar necesidades divergentes, en la conceptualización y construcción de mensajes visuales que permitan generar nuevas significaciones dentro de los códigos culturales. En la agilidad mental para traducir elementos lingüísticos a elementos gráficos con un sentido estético tanto local como global.

Dentro de los discursos analizados únicamente se detectó un fragmento que hace alusión a las destrezas y uso de materiales para ejecutar la acción de diseñar.

Una vez que el diseñador logra la creación de la idea procede a su materialización. Esto es, transforma su idea a

un plano concreto, mediante la utilización de materiales y herramientas —papel, computadora, lápices, pinturas, estilete, etc.—, en conjunto con la selección y organización de los elementos del código visual —color, textura, forma, tipografía y espacio— que responde a la re-presentación de la idea. Aquí aparece el producto diseñado, que cobra vida, es tangible y, más que nada, al fin se puede ver (Serrano, 2015).

Rivera (2013) propone habilidades que debe cumplir un profesional de la visualidad:

[...] debe poseer destrezas que le permitan investigar y analizar un asunto problemático, tales como, formular hipótesis, recopilar pruebas, comprobar predicciones y diseñar experimentos; debe apropiarse de destrezas de razonamiento, que le permitan coordinar, extender y defender conocimientos; debe ser competente para formar conceptos y organizar información difusa en categorías o grupos manejables; y por último, debe dominar destrezas de traducción para mantener significados a pesar de los cambios de contexto (Rivera, 2013, p.20).

*C) Hábitos profesionales, actitudes y valores.*

Requiere el compromiso ético, las actitudes y valores que guían la integridad del diseñador gráfico y su comportamiento. Implica la crítica social y requiere adquirir previamente el nivel cognitivo y los métodos de actuación de las categorías A y B. Esta categoría presenta tres subcategorías: 1) Compromiso social, 2) Actitud creadora y, 3) Profesionalismo.

1) Subcategoría Compromiso social.

Compromiso que tiene con la sociedad y la cultura, principalmente al buscar resolver problemas de la humanidad, para lo que es indispensable el acercamiento con los usuarios y sus problemáticas e inquietudes, así como su tradición e historia.

2) Subcategoría Actitud creadora.

Centrada en la actitud tomada por los diseñadores al ejercer su profesión, que es innovador, activo, propositivo, con iniciativa y, actitud creadora y prospectiva.

3) Subcategoría Profesionalismo.

Profesional de la mirada, capaz de poner en forma visual al mundo, mediante mensajes

visuales estético-persuasivos que cumplan con las intencionalidades de comunicación de los clientes o usuarios y sus códigos culturales. Asimismo se manifiesta un diseñador que cumple parámetros internacionales, con una visión y actitud crítica respecto a la realidad laboral de su profesión, ya que también conoce el valor y la complejidad del diseño gráfico.

Todos los compromisos que debe asumir un diseñador gráfico llevan a Belluccia (2012) a compararlo con un equilibrista, ya que es una gran cantidad de conocimientos, actividades y actitudes con las que el profesional debe trabajar en todos sus proyectos:

Diseñar es difícil porque siempre hay que combinar positivamente necesidades divergentes. Es como el equilibrista que maneja su larga vara para no caerse de la cuerda ni para un lado ni para el otro, ya que caiga por donde caiga el impacto será igual de doloroso. ¡Ay! (Belluccia, 2012).

La metáfora así elaborada, proyecta sin duda, la necesidad de la transdisciplinariedad que implica el quehacer profesional del diseñador gráfico.

*D) Dinámicas de integración, comunicación interpersonal y trabajo cooperativo.*

Supone capacidades y habilidades que favorecen procesos de cooperación e interacción social y permiten al diseñador gráfico trabajar de forma pluri, multi, inter, intra y/o transdisciplinariamente.

El campo académico del diseño gráfico propone el perfil de un profesional totalmente colaborativo, no solo capaz de trabajar interdisciplinariamente con disciplinas como la sociología, psicología, mercadotecnia, antropología, entre otras, sino también de coordinar ambiciosamente el proceso de diseño.

## 6. Conclusiones

A partir de los hallazgos en el corpus analizado, a continuación se presentan los rasgos que constituyen el imaginario sobre el profesional del diseño gráfico:

- Es posible proponer que existe una representación<sup>135</sup> socio-discursiva del

---

<sup>135</sup>Para Van Dijk, se trata de un conocimiento sociocultural, además de otras creencias compartidas, que ofrecen la "base común" de todo discurso e

profesionista, que contiene los siguientes rasgos: a) alto desarrollo cognitivo, b) compromiso ético mediante actitudes y valores que se reflejan en sus hábitos profesionales y, c) capacidades y habilidades que favorecen procesos de cooperación e interacción social.

- El diseñador gráfico ha pasado por distintas etapas a lo largo de la profesión, en un principio al servicio de la publicidad, para ahora coadyuvar a la cultura por medio de la comunicación visual, que sirve para poner en común a la sociedad local y global.
- Queda olvidada su identidad de oficio o tecnicismo y se logra visualizar a la intuición y la creatividad como una cualidad del espíritu del diseño.
- El diseñador gráfico deja de ver los problemas diseñísticos desde un punto de vista personal-intuitivo, y que empieza a entender la complejidad de las interrelaciones que pueden componer un diseño.
- Queda claro que la investigación es un elemento fundamental en la formación del diseñador gráfico y en su quehacer

---

interacción social. Las representaciones son tanto sociales como mentales (1999, p. 23).



profesional, ya que investigar formalmente desarrolla una mente más abierta en el diseñador, lo que permite conocer una gran cantidad de procesos, métodos y teorías, que existen, influyen y están de algún modo, vinculadas al diseño.

Reconocemos que estos resultados solamente conciernen al campo académico y que se restringen al corpus seleccionado para este trabajo. Como proyectiva, declaramos que existe la necesidad de revisar otras muestras recabadas en diversos ámbitos de la academia, para contar con mayor evidencia que permita contrastar los hallazgos aquí esbozados. Sin embargo, consideramos que la perspectiva teórica aquí expuesta, desde los resultados de la estrategia metodológica llevada a cabo, aporta al conocimiento puntual del perfil del diseñador gráfico desde el campo académico, como se enunció en los propósitos de este trabajo.

## 7. Bibliografía

### Libros:

Bourdieu, P. (1992). Réponses. París: Seuil

Flores, M. E. (2008). Función poética del lenguaje: la ironía en el habla de Monterrey. UANL: México

Foucault, M. (1987). El orden del discurso. Versión española de Alberto González Troyano (3ª Ed.). Barcelona: Clotet-Tusquets

Frascara, J. (2000). Diseño gráfico para la gente: Comunicaciones de masa y cambio social (2ª ed.). Buenos Aires: Editorial Infinito. ISBN: 9789879637029

Frascara, J. (2000). Primera parte: El diseño gráfico. En Diseño gráfico y comunicación (pp. 19-60). Argentina: Ediciones Infinito.

Kopp, R. (2013). Diseño gráfico cambiante. México: ArsOptika

Margolin, V. (2005). Las políticas de lo artificial. México: Editorial Designio

Moscovici, S. (1986) Psicología Social II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales. Barcelona: Paidós.

Pêcheux, M. (1978). Hacia el análisis automático del discurso, versión española de Manuel Alvar Ezquerro, Madrid, Gredos.

Reboul, O. (1986). Lenguaje e ideología. México: Fondo de Cultura Económica.

Rivera, A. (2013). *La Nueva Educación del Diseño Gráfico. Designio: libros de diseño*: México

Van Dijk, T. (1999) *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria*. (Ver. Esp. de Lucrecia Berrone de Blanco) Barcelona: Gedisa

#### Capítulos o artículos en libros o revistas impresos:

Bourdieu, P. (2000). “El *habitus* y los espacios de los estilos de vida”. En *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. México: Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara, pp.169-226

Cardoso, R. (2014). “Conclusión: Nuevos valores para el diseño (y su enseñanza)”. En *Diseño para un mundo complejo*. México: ArsOptika Editores, S.A. de C.V., pp. 148-170

Guzmán, J. (2002). “Actores y propuestas en la reconstrucción del término diseño”. En *Reconstrucción del término diseño*. México: Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño, ENCUADRE. ISBN 970-27-0360-3, pp. 163-184

Haidar, J. (1998). “Análisis del discurso”, En *Técnicas de investigación en*

*sociedad, cultura y comunicación*. México: S.A. ALHAMBRA MEXICANA

Haidar, J. (2000). “El poder y la magia de la palabra. El campo del análisis del discurso”. En *La producción textual del discurso científico*. México: UAM-X

Ibáñez, P. (2002). “La cambiante definición del diseño”. En *Reconstrucción del término diseño*. México: Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño, ENCUADRE. ISBN 970-27-0360-3, pp.135-148

Real, A. (2013). “El valor del diseño. Concepciones desde el campo laboral del diseño gráfico”. En *Aristas del Diseño. Memorias del Segundo Coloquio Nacional en Investigación para el Diseño*. México: Universidad Autónoma de Aguascalientes. ISBN 978-607-8275-90-7, pp. 161-172

Restrepo, M. (2013). “Por un diseño de comunicación. La dimensión comunicacional del diseño gráfico”. En *Aristas del Diseño. Memorias del Segundo Coloquio Nacional en Investigación para el Diseño*. México: Universidad Autónoma de Aguascalientes. ISBN 978-607-8275-90-7, pp. 91-100

Tiburcio, C. (2015). “Ejercicio profesional del diseñador gráfico en el siglo XXI: El contexto social mexicano”. En *La sociedad red del siglo XXI y el diseño gráfico:*

Formación y ejercicio profesional de los diseñadores. México: Universidad Iberoamericana Puebla y COMAPROD, pp. 67-98

#### Artículos en publicaciones web:

Belluccia, R. (31 de mayo de 2012). El diseñador, un equilibrista profesional. [Mensaje en Foro]. [Disponible en: <http://foroalfa.org/articulos/el-disenador-un-equilibrista-profesional> consultado el 06 de enero de 2016]

Chaves, N. (12 de marzo de 2015). Formación cultural del diseñador. [Mensaje en Foro]. [Disponible en: <http://foroalfa.org/articulos/formacion-cultural-del-disenador> consultado el 06 de enero de 2016]

Costa, J. (2014). Diseño de Comunicación Visual: el nuevo paradigma. *Gráfica*, Vol.2 (4), 89-107. ISSN (en línea) 2014-9298, ISSN (impresión) 2339-7500. [Disponible en: <http://revistes.uab.cat/grafica/article/download/v2-n4-costa/pdf> consultado el 10 de enero de 2016]

Fragoso, O. (2008). El Diseño como actividad multidisciplinaria. *Revista del*

Centro de Investigación. Universidad La Salle, Vol. 8, pp. 55-68. ISSN 1405-6690 [Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=342829> consultado el 16 de febrero de 2016]

Hernández, M. (s.f.). El diseño gráfico como acto hermenéutico. [Disponible en: <http://goo.gl/gA46Ii> consultado el 06 de enero de 2016]

Navas, C. (marzo de 2009). De diseñador a diseñador... el diseño no tiene fronteras. *Actas de Diseño*, Año 3 (6), 241. [Disponible en: <http://goo.gl/xoMgiE> consultado el 06 de enero de 2016]

Pontis, S. (Diciembre 2009). Diseño gráfico: un novel objeto de investigación. Caso de estudio: el proceso de diseño. *Iconofacto*, Vol. 5 (6), 9-18. ISSN 1900-2785. [Disponible en: <https://goo.gl/6n1bi3> consultado el 08 de enero de 2016]

Sánchez, M. E. (julio de 2012). El Diseño Gráfico y su aportación a la divulgación científica. *Actas de Diseño*, Año 6 (13), 237-240. [Disponible en: <http://goo.gl/HtL5C6> consultado el 13 de enero de 2016]

Serrano, M. (15 de octubre de 2015). ¿Cómo piensa el diseñador para crear? [Mensaje en Foro]. [Disponible en:

<http://foroalfa.org/articulos/como-piensa-el-disenador-para-crear> consultado el 06 de enero de 2016]

Vilchis, L. (24 de julio de 2012). Hermenéutica de lo diseñado. [Mensaje en Foro]. [Disponible en: <http://foroalfa.org/articulos/hermeneutica-de-lo-disenado> consultado el 06 de enero de 2016].