

El discurso sobre el diseñador gráfico desde la perspectiva del campo académico. Avance de investigación.

M.C. Karina Gabriela Ramírez Paredes, UANL

Dra. María Eugenia Flores Treviño, UANL

Resumen.

Esta ponencia describe un proyecto de tesis doctoral¹ en el que se analiza el discurso sobre el diseño gráfico, con el fin de presentar las ideas más representativas sobre el término, para aportar al área de conocimiento de la disciplina, así como a la construcción de arquetipos del diseñador gráfico. La investigación se realiza a partir del campo académico², implicado en la investigación, cuyo objeto de estudio es el diseño gráfico y busca producir conocimiento para la disciplina. La pregunta principal es ¿Cuál es la identidad discursiva del diseñador gráfico en el campo académico? En un primer acercamiento al perfil deseable del diseñador gráfico, se ha obtenido como resultado la existencia de cuatro aspectos: el matiz humanista del diseñador gráfico, el científico e investigativo; el práctico-profesional, y finalmente, destaca la tendencia hacia el trabajo multidisciplinario.

Palabras clave: Discurso, Diseño Gráfico, Arquetipos, Campo Académico

1. DESARROLLO

Enseguida se expone el protocolo que guía la investigación.

1.1 Preguntas de Investigación

Con el propósito de desarrollar esta indagación se han construido las siguientes preguntas de investigación.

Pregunta principal

1. ¿Cuál es la identidad discursiva del diseño gráfico en el campo académico?

Preguntas subordinadas

Para abordar específicamente los aspectos de la problemática referida, se desprenden las siguientes preguntas.

1. ¿Cuáles son los imaginarios discursivos existentes sobre los procesos en el diseño gráfico?
2. ¿Cuáles son los arquetipos ideales del diseñador gráfico en el campo académico?

¹ “El discurso sobre el diseño gráfico: identidad, procesos y arquetipos”. Que se desarrolla en el Doctorado en Filosofía y Letras con la acentuación de Estudios de la Cultura de la Facultad de Filosofía y Letras de la UANL.

² Se parte del supuesto de que existe una tricotomía del perfil del diseñador gráfico: 1) el campo profesional contemplado desde experiencias laborales; 2) el educativo, visto desde la enseñanza universitaria; y finalmente, 3) el campo académico implicado en la investigación.

3. ¿Cómo impacta la investigación continua en los procesos profesionales del diseñador gráfico?

1.2 Objetivos

Para dar respuesta a las preguntas de investigación, se han establecido los siguientes objetivos generales y específicos.

Objetivo principal

1. Establecer la identidad discursiva del profesional del diseño gráfico a partir del análisis del campo académico, para fortalecer la disciplina mediante la localización de referentes teóricos y el crecimiento del trabajo investigativo.

Objetivos específicos

2. Caracterizar los imaginarios discursivos existentes sobre los procesos en el diseño gráfico, con el propósito de dar cuenta de algunos de los debates en torno a la naturaleza del diseñador gráfico, sus preocupaciones, sus aciertos y debilidades, sus logros y obstáculos.
3. Determinar los arquetipos ideales del diseñador gráfico en la actualidad a partir del análisis del campo académico y los perfiles exitosos, para establecer programas que ayuden a un diseñador gráfico a alcanzar algún arquetipo sobre el perfil ideal.
4. Establecer cómo impacta la investigación en la práctica profesional del diseñador gráfico, con el fin de demostrar su importancia en el diseño gráfico.

2. Antecedentes

2.1. Diseño Gráfico

El comienzo del diseño gráfico puede verse desde dos vertientes, primero, desde el arte y en segundo, desde la comunicación. El término como tal, fue establecido por el norteamericano William Addison Dwiggins, en 1922, cuando escribió

Quando te enfrentas a las posibles composiciones con los distintos materiales, olvida el arte y utiliza el sentido común desde el primer momento. El papel básico de cualquier diseñador que trabaje con papel es conseguir una presentación clara del mensaje: resaltar los enunciados importantes y colocar los elementos secundarios de forma que no sean desestimados por el lector. Ello requiere de un ejercicio común y una capacidad de análisis más que unas habilidades artísticas (Newark, 2002).

La idea de Dwiggins, ciertamente está enfocada a la comunicación y los mensajes comerciales, en contraposición a él se encuentra Francis Meynell (1923) enfocado a la creación de libros, tomando en cuenta los aspectos artísticos, dándole valor al potencial expresivo.

El diseño gráfico crea y organiza mensajes visuales por medio de sistemas comunicacionales, cuyo objetivo es comunicar de manera eficiente un mensaje establecido por signos, símbolos e imágenes a un receptor en particular, el mensaje puede ser enviado por medios impresos, visuales, auditivos o multimedia (Costa, 1989).

Sánchez (2012), menciona que el diseño gráfico traspasa las barreras del lenguaje hablado, integrando al hombre con el entorno, estableciendo una relación entre el productor con el consumidor,

convirtiéndose así en un medio al servicio de la cultura y la alfabetización de los pueblos; pero, ¿quién está detrás de este servicio?, ¿cómo es posible que se llegue a tan óptimo resultado?, ¿qué características tiene?, ¿qué estándar debe cumplir? Las respuestas a estas preguntas se abordan a continuación desde una triple condición del diseño gráfico: el campo profesional, el educativo y el académico.

2.2. Campos en el Diseño Gráfico

Con fines de la investigación se ha planteado una triple condición del diseñador gráfico: el campo profesional, el educativo y el académico.

El campo profesional contemplado desde experiencias laborales de diseñadores gráficos reconocidos por la comunidad que se desenvuelve dentro del mismo ámbito; el educativo, visto desde la enseñanza universitaria, congresos nacionales e internacionales, consejos y asociaciones; y finalmente, el campo académico, implicado en la investigación, cuyo objeto de estudio es el diseño gráfico y busca producir conocimiento para la disciplina, como metodologías, procesos y teorías.

2.2.1. Campo Profesional

Dentro del campo profesional se han analizado entrevista a diseñadores gráficos y blogs de profesionales del diseño. Dichas publicaciones se enfocan en la forma de trabajar, además del tipo de pensamiento del diseñador gráfico, por ejemplo, la pérdida de una identidad o “sello” al momento de diseñar, el adoptar tendencias de corte internacional, algunos hablan sobre el desprendimiento de la nacionalidad, optando por estilos europeos.

El diseñador chileno, Roberto Osses (Catálogodiseño, 2014), considera que las capacidades necesarias de un diseñador gráfico es la reflexión y el pensamiento crítico, y plantea cuatro ejes fundamentales en todo diseñador: sociedad, cultura, identidad y patrimonio, además, plantea el cómo un diseñador puede desenvolverse en el mercado si no se conoce ni comprende profundamente a la sociedad.

Otro aspecto en la revisión de las entrevistas, es el la necesidad no solamente observar, sino también analizar, criticar y escribir. Analizar las problemáticas sociales con una mente abierta y poder capturarlas; entonces la necesidad de leer y aprender a escribir.

El siguiente aspecto que se observa, va más encaminado hacia el estilo personal y la pasión por el quehacer profesional del diseñador gráfico.

Asimismo, Álvaro Arteaga (Catálogodiseño, 2014), menciona que la pasión que uno le imprime a lo que hace y el saber reconocer cuando uno no se haya motivado por el ejercicio o estudio del diseño, además, es importante mirar al mundo con una visión desprejuiciada y virgen.

La capacidad crítica y reflexiva, la pasión y la forma de ver al mundo de manera diferente dan paso a la innovación y creatividad para llevar a un mejor trabajo como profesional de la visualidad.

2.2.2. Campo Educativo

Dentro de este campo se han analizado publicaciones de organizaciones, asociaciones, consejos, congresos, entre otros. Dichas publicaciones siguen una tendencia general, enfocada a la práctica o trabajo del diseñador gráfico y su necesidad de adaptación.

La Asociación de Diseñadores Gráficos de Colombia (Adgco, 2010) enumera cinco habilidades del diseñador gráfico que será capaz de sobrevivir actualmente, esto basado en el AIGA (American Institute of Graphic Arts) y Adobe:

1. Creación y desarrollo visual que responda a problemas de comunicación
2. Detección y solución de problemas de comunicación
3. Comprensión de los contextos cognitivos, sociales, culturales, tecnológicos y económicos inherentes al diseño.
4. Capacidad de responder ante una audiencia reconociendo factores que se involucran en el diseño, tales como humanos, sociales, cognitivos, culturales y físicos.
5. Conocimiento pleno de las herramientas de diseño.

Estas cinco herramientas o aspectos dejan en claro que el diseñador gráfico no es solo un reproductor de ideas que se plasman en una imagen, sino que se requieren muchas habilidades cognitivas que le permitan estar en constante aprendizaje y adaptarse a los constantes cambios de la sociedad y sus necesidades.

No obstante, Carreño (2013) hace hincapié a la importancia en el estudio/preparación y el desarrollo de técnicas, y enumera siete requisitos para llegar a ser un diseñador gráfico:

Es evidente la importancia de la práctica profesional para llegar a ser un diseñador gráfico profesional, sin embargo Carreño puede quedarse corto al momento de describir estos siete requisitos, ya que ha dejado atrás otras herramientas útiles como el situar al diseñador gráfico en un contexto, como los factores culturales, económicos o cognitivos, entre otros.

2.2.3. Campo Académico / Investigación

En las investigaciones analizadas, se observan cuatro aspectos, el primero, el lado humanista del diseñador gráfico y la relación que debe tener con la sociedad y su responsabilidad social; el segundo, enfocado a un aspecto cultural e investigativo que forme una mente analítica y crítica; el tercero, enfocado a la práctica profesional y la idea de planificar, dirigir y constituir comunicación visual mediante una disciplina intachable, finalmente, destaca la tendencia hacia el trabajo multidisciplinario y la necesidad de crear redes de trabajo que amplíen las posibilidades de desarrollo profesional.

Para Navas (2009), el diseño es más que un hecho, es un estilo de vida, en el que los diseñadores cumplen un gran papel dentro de la sociedad, que va más allá de tan solo hacer un cartel o cualquier otra cosa, se trata de que el diseñador transmita ideas, comunique sentimientos, genere propuestas gráficas que vayan más allá de las fronteras, como si fueran una clase de médium en el que es interlocutor entre lo visual y lo verbal.

Si bien, para Navas se trata de que el diseñador comunique ideas o sentimientos, para Mafla (2011), el perfil del diseñador va más allá, ya que no solo construye conceptos, sino que transforma a la sociedad y la manera en la que las personas se ven a sí mismas; el mismo investigador menciona que: “la responsabilidad del diseñador con la humanidad es amplia, no solo crea objetos, tecnologías, experiencias sino ambientes que afectan la globalidad de nuestros sentidos”.

No cabe duda que para construir conceptos, lograr transmitirlos y establecer un cambio en la sociedad es necesaria la labor investigativa, ya que esto llevará al diseñador gráfico a conocer a la comunidad a la que dirige su trabajo, además de formar una mente crítica y sobre todo analítica; sin olvidar el enriquecimiento cultural que la acción de investigar conlleva.

Por otra parte, al hablar de hacer diseño, o diseñar, el diseñador gráfico debe conocer las reglas y leyes de la visualidad, dominar programas y sistemas representativos y estilísticos, conocer sobre tipografía y teorías del color, además del funcionamiento de la comunicación, los códigos del emisor y público objetivo, además es necesario que cuente con conocimiento de tipo de papel, tintas y acabados (Soto y Meléndez, 2008).

Es importante que el diseñador tenga dominio de todos los conceptos básicos comentados anteriormente, aunados a la historia, teoría y crítica del diseño gráfico y aspectos que le permitan administrar los trabajos y costos que conllevan la profesión. De hecho, Camacho, Martínez y Mendivil (2010), consideran necesaria la inclusión en los campos de acción que permitan al futuro diseñador no solo dominar la parte técnica y práctica del diseño, sino también conceptos y métodos de áreas como sociología, psicología, ciencias de la educación, economía, administración y marketing; y por su puesto la ética profesional y los valores democráticos de la sociedad.

Finalmente, en las investigaciones analizadas, se plantean dos importantes recursos, el trabajo multidisciplinar y el marketing o branding personal.

A partir de este primer acercamiento al campo académico se pudo detectar la importancia de la investigación en el diseño gráfico. Además, en el quehacer del diseñador gráfico la investigación es una obligación, ya que para cualquier producto que desee realizar, éste necesita recopilar y analizar información, para posteriormente planear, constituir, bocetar y realizar el diseño, sin embargo, el diseño gráfico es concebido como una actividad totalmente práctica donde no cabe el estudio de manera científica.

Muchos estudios y agencias de diseño explican que su metodología de trabajo se basa en análisis e «investigación». De acuerdo con Ponts (2010), el significado que tiene esta investigación es diferente al concepto de Investigación. En donde la primera busca ampliar conocimientos personales, mientras que la segunda ayuda al desarrollo y mejora en una disciplina, es decir, que tiene relación no solo con una persona, sino con una comunidad.

Para la investigar el diseño gráfico es necesario conocer los distintos enfoques y posibles metodologías que pueden emplearse, ya que de acuerdo con Pontis (2009b) el desconocimiento de estas posibilidades se traduce en una investigación cuyos aportes a la disciplina son escasos.

Pontis (2009a, p.5) analiza distintas teorías sobre qué es una investigación en diseño gráfico propone cuatro modos de investigación en diseño: La Investigación para el diseño se enfoca en la teoría, va desde cuestiones históricas, estéticas y otras teorías sobre diseño, la Investigación a través del diseño va un paso adelante y mezcla la teoría con la práctica y el desarrollo de trabajos, la Investigación por el diseño presenta modelos que aportan valor a la disciplina, justificados mediante la teoría; y finalmente, la Investigación dentro del diseño involucra todos los modos mencionados anteriormente, más el análisis y comprobación del modelo realizado en la Investigación por el diseño.

Existen distintos aspectos que se pueden investigar en diseño gráfico, desde la enseñanza, las teorías, metodologías y procesos, herramientas, etc.

3. Metodología

La investigación es de tipo cualitativo y deductivo. "El diseño cualitativo es abierto, tanto en lo que concierne a la selección de participantes-actantes en la producción del contexto situacional así como en lo que concierne a la interpretación y análisis. Éstos se conjugan en el investigador (en tanto sujeto de la investigación), que es quien integra lo que se dice y quién lo dice" (Torres, p.159, 2005). El método deductivo "permite establecer un vínculo de unión entre teoría y observación y permite deducir a partir de la teoría los fenómenos objeto de observación" (Dávila, p.181, 2006).

Se fraccionará al campo conceptual del diseño gráfico, es decir, se le verá desde una triple condición: el campo académico, el educativo y el profesional. El campo académico, implicado en la investigación, cuyo objeto de estudio es el diseño gráfico y busca producir conocimiento para la disciplina, como metodologías, procesos y teorías; el educativo, visto desde la enseñanza universitaria, congresos nacionales e internacionales, consejos y asociaciones; y el profesional, contemplado desde experiencias laborales de diseñadores gráficos reconocidos por la comunidad que se desenvuelve dentro del mismo ámbito.

Posteriormente, con el fin de reconstruir y conceptualizar el término diseño gráfico, se realizará un análisis del discurso en el campo académico. El discurso es un compendio que transmite significados y propone comportamientos sobre asuntos que pueden ser muy específicos o muy generales (Manzano, 2005).

Para la construcción la identidad discursiva del diseño gráfico y el diseñador gráfico, se tomarán en cuenta trabajos escritos, principalmente investigaciones y breves artículos publicados en comunidades/foros de reflexión y debate en torno a la temática, además de memorias de congresos y libros. Dichos textos datan del año 2005 al 2015, debido a que en ese lapso de tiempo se ha desarrollado mayor interés por el diseño gráfico como objeto de estudio, además se busca analizar referentes bibliográficos actualizados, sin embargo no se descartan a aquellos referentes clásicos.

A continuación, se realizará una selección de casos de éxito dentro del diseño gráfico y se analizarán sus historias de vida, su estudio y caracterización mediante entrevistas, documentos audiovisuales, impresos e investigaciones realizadas. Esto permitirá determinar los ciclos de vida profesionales con los que cuenta el diseñador gráfico en la actualidad.

El conocimiento obtenido del análisis del discurso en el campo académico y el estudio de las historias de vida, permitirán la elaboración de distintos arquetipos del diseñador gráfico, que se caracterizarán posteriormente.

Finalmente, se realizará un estudio de casos, en donde se analizará y caracterizará el impacto de la investigación permanente en la práctica profesional del diseñador gráfico y se determinará la viabilidad de un programa para concientizar sobre su importancia en el diseño gráfico.

El estudio de caso tiene el fin de describir, verificar o generar teoría, de allí que Eisenhardt (1989) conciba un estudio de caso contemporáneo como “una estrategia de investigación dirigida a comprender las dinámicas presentes en contextos singulares”, la cual podría tratarse del estudio de uno o de varios casos, mezclando distintos métodos para la recogida de evidencia cualitativa y/o cuantitativa (Martínez, 2006).

4. Estado de la cuestión

Los avances realizados en esta fase de la investigación sobre este aspecto del proyecto son:

1. Diseño de la ruta de investigación.
2. Construcción de las primeras categorías de análisis.
3. Selección de bibliografía sobre Análisis del discurso y Diseño gráfico.
4. Fichas de lectura sobre Análisis del discurso: Control del discurso e Ideología.
5. Fichas de lectura de diseño gráfico: definición, evolución del término, movimientos de la educación y el arte contemporáneos.
6. La bibliografía ha comenzado a ser analizada a partir de un software informático (el Programa Atlas.TI).
7. Se han realizado grabaciones sobre conferencias magistrales acerca del tema, con el fin de construir un banco de información, para su análisis dentro del campo académico.

En el siguiente mapa conceptual se presenta la ruta de investigación a seguir. Se muestra cómo a partir del análisis del discurso en el campo académico se establecen formaciones imaginarias que servirán como arquetipos del diseñador gráfico.

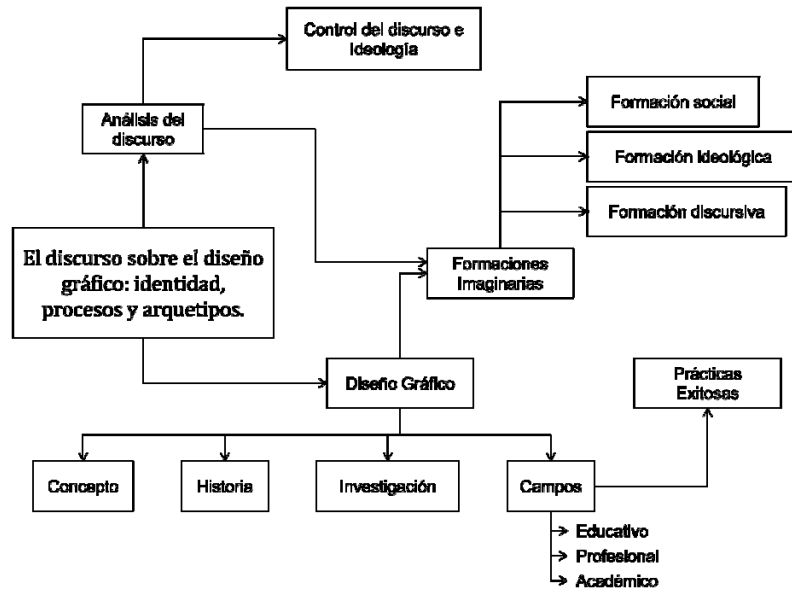


Figura 1. Ruta de investigación.

Los referentes teóricos de la investigación pertinentes para cada categoría del análisis del Discurso, se muestran en la Figura 2.

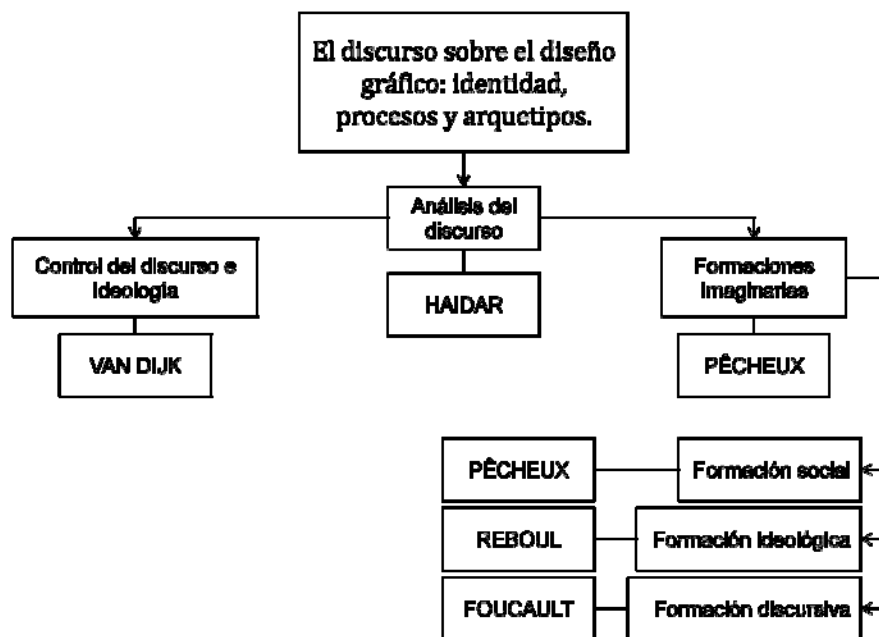


Figura 2. Ruta teórica para analizar el discurso.

En la siguiente tabla se muestran algunos de los referentes teóricos de la investigación de acuerdo a cada categoría de análisis del Diseño Gráfico. A partir de éstos teóricos se busca establecer una ruta con el fin de conocer mejor la profesión, y va desde la epistemología del diseño, pasando por la historia, teorías, enfoques y prácticas.

Categoría	Concepto	Frontera	Historia	Investigación	Campo Educativo	Campo Académico	Campo Profesional	Prácticas Exitosas
Referente teórico	Chaves	Lotman	Campi	Rivera	Camacho, Martínez, & Mendivil	Rivera	Armstrong	AIGA (American Institute of Graphic Arts)
	Tapia	Archundia	Meggs	Pontis	Ampudia & Valdez	Pontis	Vega	ADGCO (Asociación de Diseñadores Gráficos de Colombia)
	Frascara	Fregoso	Satué	Pimentel	López	Pimentel	Fuentes	AGI (Alliance Graphique Internationale)
	Lupton	Frascara	Gomez-Palacio Y Vit	Tobón	Rivera	Tobón		ENCUEDRE (Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño Gráfico)

Tabla 2. Referentes para el estudio del diseño gráfico.

5. Perspectivas

Para avanzar a la siguiente etapa de la investigación, se planea desarrollar las siguientes actividades:

1. Elaborar una segunda selección de bibliografía sobre Análisis del discurso y Diseño Gráfico a partir de las categorías establecidas anteriormente.
2. Construir Fichas de lectura sobre Análisis del discurso y Diseño Gráfico con el fin de presentar un primer avance de la fundamentación teórica del proyecto.

Referencias

- Adgco. (22 de mayo de 2010). Un diseñador gráfico es.... Asociación de Diseñadores Gráficos de Colombia. Recuperado el 18 de octubre de 2014, de: <http://www.adgcolombia.org/archivo/articulos/un-disenador-grafico-es%E2%80%A6>
- Camacho, C., Martínez, C., & Mendivil, C. y. (2010). Nuevos perfiles profesionales del diseñador gráfico. Recuperado el 8 de septiembre de 2014, de: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2010/administracion-concursos/archivos_conf_2013/931_67660_1001con.pdf
- Carreño, D. (31 de octubre de 2013). Cómo ser diseñador gráfico. Estudio Creativo. Recuperado el 18 de octubre de 2014, de: <http://goo.gl/vj7AAe>
- Catálogo diseño (1 de septiembre de 2014). Entrevista a Roberto Osses. Recuperado el 5 de noviembre de 2014, de: <http://www.catalogodiseno.com/2014/09/01/roberto-osses-tipografo-chileno/>
- Catálogo diseño (16 de mayo de 2014). Entrevista a Diego Becas. Recuperado el 5 de noviembre de 2014, de: <http://www.catalogodiseno.com/2014/09/16/diego-becas-cartelista/>
- Catálogo diseño (13 de marzo de 2014). Entrevista a Álvaro Arteaga. Recuperado el 5 de noviembre de 2014, de <http://www.catalogodiseno.com/2014/03/13/entrevista-alvaro-arteaga-disenador-grafico-e-ilustrador/>
- Dávila, G. (2006). El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales. Laurus. pp. 180-205. Recuperado el 26 de mayo del 2014, de: <http://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=76109911>
- Mafla, J. M. (28 de septiembre de 2011). El diseñador como modelador cultural. Foro Alfa. Recuperado el 15 de septiembre de 2014, de: <http://foroalfa.org/articulos/el-disenador-como-modelador-cultural>
- Navas, C. (marzo de 2009). De diseñador a diseñador... el diseño no tiene fronteras. (F. d.-F. UP, Ed.) Actas de Diseño(6), 241. Recuperado el 10 de septiembre de 2014, de: <http://goo.gl/xoMgiE>
- Newark, Q. (2002). ¿Qué es el diseño gráfico? México: Gustavo Gili
- Pontis, S. (2009) Diseño gráfico: un novel objeto de investigación. Caso de estudio: el proceso de diseño. Revista Iconofacto. Pontificia Bolivariana University. Colombia. Vol 5, Num 6, Diciembre 2009. Recuperado el 20 de marzo del 2014, de: <http://sheilapontis.files.wordpress.com/2010/02/novel-objeto-de-investigacion.pdf>
- Pontis, S. (2009). Qué es y qué implica la investigación en diseño. Foroalfa. (ISSN 1851-5606). Recuperado el 20 de abril de 2014, de: <http://foroalfa.org/articulos/que-es-y-que-implica-la-investigacion-en-diseno>
- Pontis, S. (2010). Para qué sirve investigar en diseño. Foroalfa. (ISSN 1851-5606) Recuperado el 20 de abril de 2014, de: <http://foroalfa.org/articulos/para-que-sirve-investigar-en-diseno>
- Sánchez, M. E. (Julio de 2012). El Diseño Gráfico y su aportación a la divulgación científica. (F. d. Comunicación, Ed.) Actas de Diseño, 13, 237-240. Recuperado el 15 de septiembre de 2014, de: <http://goo.gl/HtL5C6>

Soto, C. R., & Meléndez, M. (marzo de 2008). El diseño: Del oficio a la profesión. (F. d.-F. UP, Ed.) Actas de Diseño (4), 133-134. Recuperado el 9 de septiembre de 2014, de: <http://goo.gl/Kn25m1>

Vega, C. (14 de marzo de 2012). Diseñador: una especie apta para el cambio. Foro Alfa. Recuperado el 14 de septiembre de 2014, de: <http://foroalfa.org/articulos/disenador-una-especie-apta-para-el-cambio>