

**ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS PROGRAMAS UNIVERSITARIOS DE  
DISEÑO GRÁFICO EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ, D.C.**

**CARLOS ROBERTO SOTO MANCIPE**

**Trabajo de Investigación Dirigida para la obtención del título en  
TECNOLOGÍA EN DISEÑO Y PRODUCCIÓN GRÁFICA**

**DOCENTE ASESOR**

**GLORIA MERCEDES MÚNERA**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC  
PROGRAMA DE DISEÑO Y PRODUCCIÓN GRÁFICA**

**Bogotá, D.C.**

**2009**

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS PROGRAMAS UNIVERSITARIOS DE  
DISEÑO GRÁFICO EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ, D.C.

CARLOS ROBERTO SOTO MANCIPE

Trabajo de Investigación Dirigido para la obtención del título de

TECNOLOGÍA EN DISEÑO Y PRODUCCIÓN GRÁFICA

DOCENTE ASesor

GLORIA MARCELES MUÑERA

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC  
PROGRAMA DE DISEÑO Y PRODUCCIÓN GRÁFICA

Bogotá, D.C.

2009

## INDICE

Preliminares.....	5
Del Documento.....	6
Nota de Autor.....	6
<b>LA INVESTIGACION.....</b>	<b>9</b>
<b>PRIMERO.....</b>	<b>17</b>
Uno	
El Diseño y su historia en la historia.....	19
Dos	
El Diseño: su relación con el entorno.....	29
El Diseño: aproximaciones a la disciplina .....	32
Tres	
El Diseño: función social.....	37
<b>SEGUNDO.....</b>	<b>49</b>
Los Programas, lo que nos une y diferencia.....	52
Conclusiones.....	121
<b>TERCERO.....</b>	<b>125</b>
La Academia y la identidad en el diseño.....	127
Un árbol de peras sólo dará peras.....	132
¿Y en Unitec qué?.....	134
Un final posiblemente feliz.....	135
Bibliografía.....	137

	INDICE	
2	Preliminares	
6	Del Documento	
6	Nota de Autor	
9	LA INVESTIGACION	
17	PRIMERO	
	Uno	
19	El Diseño y su historia en la historia	
	Dos	
29	El Diseño: su relación con el entorno	
32	El Diseño: aproximaciones a la disciplina	
	Tres	
37	El Diseño: función social	
41	SEGUNDO	
52	Los Programas, la que trasciende y diferencia	
131	Conclusiones	
152	TERCERO	
157	La Academia y la identidad en el diseño	
162	Un árbol de boca: solo daré frutos	
170	¿Y en United que?	
182	Un final simplemente feliz	
197	Bibliografía	

EL DOCUMENTO

## PRELIMINARES

Este documento responde a la necesidad de contextualizar el recién aprobado Programa Profesional de Diseño Gráfico de la Corporación Universitaria Unitec dentro del conjunto de programas profesionales en la ciudad de Bogotá, D.C

Igualmente, se realiza como un requerimiento fundamental de estudio de la competencia directa con el propósito de emprender acciones de mejoramiento para ahondar en los aspectos diferenciales de nuestro Programa.

Para abordar este trabajo se plantean dos fases que nos deben llevar a una comparación entre los distintos Programas de Diseño. Con la seguridad de tener un Programa único, de gran sustento pedagógico y proyección, derivado de la gran experiencia tecnológica durante 14 años y mejorado en lo sustancial de la modalidad, se realizará un cuadro comparativo de los programas actualmente ofrecidos en la ciudad de Bogotá, que ratificarán -eso se espera- el valor del Programa adscrito a la Escuela de Artes y Ciencias de la Comunicación.

En esta es una primera fase, la comparación, se realizará un cuadro que nos permita visualizar el conjunto de Instituciones de Diseño Gráfico. La segunda, está encaminada a un planteamiento más contundente y profundo, que nos lleve a proponer "la escuela de diseño".

## DEL DOCUMENTO

Está organizado por capítulos a manera de ensayos que buscan responder tres aspectos fundamentales de la investigación:

- el diseño gráfico con su propia historia dentro de la historia, su consolidación como disciplina y su valor social,
- el estudio comparativo de diversos aspectos en la conformación del diseño curricular de los programas profesionales en la ciudad de Bogotá y, finalmente,
- una propuesta, a manera de conclusión, que proyecta la formulación de nuestro programa en Unitec como un primer paso en la conformación de “una escuela de diseño”.

## NOTA DE AUTOR

En todo el documento se encontrará, con gran frecuencia, notas sobre FORO ALFA, una página en donde diseñadores de todo el Continente publican artículos sobre el quehacer de la disciplina, es decir, lo que se está haciendo en las academias, en los estudios, esto es, el diseño viviente, cambiante y, especialmente, actual.





# LA INVESTIGACIÓN

La investigación científica es un proceso de descubrimiento de la verdad que se realiza a través de la observación, la experimentación y el razonamiento lógico. Este proceso implica la formulación de hipótesis, la recolección de datos y el análisis de los mismos para llegar a conclusiones válidas y generalizables. La investigación científica es fundamental para el avance de la humanidad y la comprensión del mundo que nos rodea.

El método científico es el procedimiento sistemático que se utiliza para llevar a cabo la investigación científica. Este método implica la formulación de una hipótesis, la recolección de datos, el análisis de los datos y la verificación de la hipótesis. El método científico es esencial para garantizar la validez y la confiabilidad de los resultados de la investigación científica.

La investigación científica es un proceso que requiere de un alto grado de rigor y objetividad. Los investigadores deben seguir estrictamente el método científico y evitar cualquier tipo de sesgo o manipulación de los datos. La investigación científica es fundamental para el avance de la humanidad y la comprensión del mundo que nos rodea.

PROLOGO

LA INVESTIGACIÓN

# LA INVESTIGACIÓN

## PRÓLOGO

Actualmente el Diseño Gráfico se está constituyendo en una disciplina formal<sup>1</sup>, buscando sus propios postulados, escribiendo su historia, por esto, se hace indispensable ahondar en la forma de “enseñar” la profesión de manera estructurada, más allá de condicionantes de mercado, y proyectándola como la herramienta de comunicación más importante del presente siglo.

Ante esta realidad, se han abierto varios programas de Diseño Gráfico a nivel profesional en la ciudad de Bogotá, y se requiere, por lo tanto, realizar un análisis comparativo de sus principales aspectos académicos para ubicar el Programa de Unitec, recién aprobado, dentro del contexto de las nuevas exigencias de la tecnología y la comunicación. Adicionalmente, muchas instituciones han llevado algunos Programas -textil, industrial, visual, entre otros- a conformar una Facultad de Diseño, con el propósito de darle relevancia a la disciplina como tal y derivar postulados académicos que muestran el verdadero valor que ha venido adquiriendo.

---

1 Nota de Autor: Al referirnos a “disciplina formal” queremos señalar en primer lugar a lo alejados que estamos en Diseño Gráfico del oficio y la respuesta mecánica a problemas de comunicación visual, y el segundo lugar, a procesos que se dan en las consideradas ciencias -sociales, por ejemplo- dentro de un proceso científico (observación, descripción, inducción, hipótesis, experimentación, demostración y comparación universal) y que bien podemos estar asumiendo desde la disciplina del Diseño en los procesos de investigación y construcción de la disciplina.

## DIAGNÓSTICO

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Diseño Gráfico es una disciplina reciente, en plena construcción, una profesión que ha venido ganando espacio en el concierto de las carreras que se ofrecen dentro de la Educación Superior en el mundo. En este siglo de las comunicaciones y la tecnología, los diseñadores gráficos entran a formar parte sustancial del manejo conceptual, funcional y estético de la imagen de toda empresa que ahora, no solamente requiere de un identificador visual, una papelería y posiblemente, una página Web, sino que debe trabajar el manejo integral de toda su comunicación corporativa.

Partiendo desde su origen, muy cercana a la publicidad y al mercadeo, casi como una herramienta de ayuda, o soporte cuasi técnico instrumental, no ha tenido su propia identidad profesional independiente, en definitiva, ha sido víctima de una confusión entre las bellas artes, el dibujo y el manejo de los computadores. De esta manera, se han construido muchos planes de estudios en donde se contemplan una serie de materias que deben proveer al futuro profesional de competencias básicas en el manejo de programas digitales, de elementos básicos de composición y unos preceptos que lo habilitan para un desempeño profesional, hasta cierto punto, multifacético.

Pero la preocupación de los diseñadores es muy diferente en la actualidad, el camino que se abre para las instituciones educativas debe estar marcado por la construcción de postulados que determinen la verdadera formación como disciplina, independiente, formal, con su propia identidad, historia y muestra evidente de su papel dentro de la sociedad.

Es necesario recopilar los diferentes planes de estudio, analizarlos, establecer el perfil de las diferentes instituciones, determinar si la Academia se está ocupando solamente de la operacionalización, sin ahondar en los postulados estructurales de la misma disciplina, en la formación interdisciplinar, en la relación intradisciplinar y en la disposición clara de unos paradigmas que la definan.

En Bogotá existen varios programas universitarios en Diseño Gráfico: Universidad Nacional de Colombia, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, Fundación Universitaria Los Libertadores, Fundación Universitaria del Área Andina y los recientemente creados, en la Universidad Piloto de Colombia, Corporación Escuela de Artes y Letras y el de la Universidad Antonio Nariño; éstos serán nuestro objeto de estudio en la primera fase de la presente investigación.

## DIAGNÓSTICO

Para comenzar, es necesario el análisis de los diferentes programas universitarios en todos los niveles de formación<sup>2</sup>, y de manera específica, los profesionales, para determinar el estado actual de la competencia y la manera de formular las mallas curriculares y sus correspondientes perfiles de formación. Naturalmente, ésta es una información de uso restringido dentro de las instituciones que debe tener, claramente, unos componentes comunes. La tarea está en poder describir esos fundamentos epistemológicos y encontrar, si es posible, un modelo pedagógico que determine la estructuración de los planes de estudio. De no poderse hacer o de no encontrarse, el problema confirma la hipótesis que sostenemos en la formulación de programas sobre la base de una “moda” o una oferta llamativa para las instituciones dejando a un lado la construcción misma de la disciplina. Otro problema que se deriva de la falta de un modelo estructurado, es la proliferación de programas de educación no formal que venden la idea de “enseñar” paquetes de software especializado y una promesa de hacerse diseñador en tres meses a muy bajo costo. Y, tal vez la consecuencia más compleja es la falta de credibilidad profesional, de valoración por parte del sector empresarial sobre la disciplina del diseño gráfico.

Por estas razones, se hace indispensable un estudio con el fin de determinar las condiciones generales que las Instituciones de educación formal, con infraestructura suficiente y la experticia necesaria, están en capacidad de ofrecer un programa con excelente calidad. De esto también se desprende, la posibilidad de fortalecer las redes que se han estado formando en todo el Continente Latinoamericano y, adicionalmente, las relaciones para el intercambio de docentes, para emprender talleres conjuntos, y proponer proyectos de investigación, todo esto, con proyectos universitarios que tengan un adecuado sustento pedagógico.

## FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

### FASE 1

¿Cuáles son las condiciones generales, de orden académico, en la formulación de los programas de diseño gráfico a nivel universitario en la ciudad de Bogotá?

---

2 Cfr. Anexo No. 1: Instituciones de Educación Superior en Diseño Gráfico

**SUBPREGUNTAS:**

1. ¿Cuáles son los perfiles de formación del diseño gráfico a nivel universitario?
2. ¿Cuáles son los componentes de ley en los planes de estudios de diseño gráfico a nivel universitario?
3. ¿Cuáles son los énfasis que proponen los diferentes planes de estudios en diseño gráfico y en qué medida se constituyen en rasgos diferenciales de la profesión?
4. ¿Cuáles son los fundamentos conceptuales, teóricos y metodológicos que se establecen para la formulación de los programas en diseño gráfico?
5. ¿En qué estado actual se encuentra el recién aprobado programa profesional de diseño gráfico de Unitec?

**OBJETIVOS**

**GENERAL**

Realizar un análisis comparativo de los programas de diseño gráfico a nivel universitario en la ciudad de Bogotá, para determinar el estado actual del Programa de Unitec.

**ESPECÍFICOS**

- Comparar y determinar el objeto de estudio del Diseño Gráfico común en los Programas.
- Comparar los perfiles laboral y profesional en Diseño Gráfico en la ciudad de Bogotá. D.C.
- Establecer si los componentes de ley<sup>3</sup> sirvieron para estructurar los planes de estudios.
- Comprobar si los énfasis de las diferentes propuestas, se constituyen en rasgos diferenciales de la profesión
- Determinar el estado actual del programa de Diseño de Unitec en relación con la oferta actual en la ciudad de Bogotá.

---

3 Cfr. Resolución Oficial No. 3463 del 30 de Diciembre de 2003 del MEN

## JUSTIFICACIÓN

El Diseño Gráfico tiene una historia corta dentro de las profesiones del hombre y apenas comienza a consolidarse como disciplina dentro de la formación superior en las Escuelas, es por esto que se hace indispensable pensar en los planes de estudios como estructura básica que decantará postulados, paradigmas, teorías y un discurso propio que le sirva de punto de apoyo para constituirse como disciplina formal e independiente.

Adicionalmente, los lineamientos de la Educación Superior en nuestro país pretende la formación en competencias<sup>4</sup> que ha convertido los procesos de aprendizaje en teorías funcionalistas simples, apenas brindando la oportunidad de un “saber hacer” sin preocupaciones fundamentales por el “deber ser” como génesis de toda profesión y actividad humana. Es decir, una formación de la persona en su quehacer para el empleo y saber hacer un oficio antes que el planteamiento de la formación humana, las dos igualmente necesarias pero en desbalance total, fruto de la interpretación desvirtuada que se hace desde las mismas instituciones.

Además, no es tarea de la Academia “dictar clase” sino propiciar una introspección disciplinar para generar reflexión que lleve a la construcción de las bases de sus propios axiomas. Es decir, adicional a los ejercicios de clase para enseñar el oficio, debe procurarse la investigación, el análisis, la introspección y la crítica constructiva como generadores de conocimiento en las aulas.

En 1967, el Maestro David Consuegra y Ana de Jacobini fundan el primer programa de diseño gráfico en Colombia en la Universidad Jorge Tadeo Lozano, convirtiéndose desde entonces en la entidad rectora de la disciplina. Desde esa época hasta la fecha, han sido muchos los programas que han surgido, con multiplicidad de perfiles, opciones tecnológicas y una publicidad hacia la profesión que la ha llevado a ser muy demandada en la actualidad generando a la vez una oferta que desafortunadamente no contempla sino una visión de negocio y no una preocupación más allá de las aulas de clase.

Este planteamiento, con el estudio de unos casos puntuales, es decir, las instituciones Universitarias en la ciudad, nos debe permitir determinar la naturaleza de los fundamentos con que fueron construidos los planes de estudios y establecer si existe

---

4 Cfr. “...mejoramiento de la capacidad de las personas para conseguir un trabajo y para emprender iniciativas que hagan posible la generación de ingreso por cuenta propia. Adecuar a los trabajadores a las nuevas exigencias del mercado y aumentar la empleabilidad de la fuerza laboral en su conjunto”. [www.mineducacion.gov.co/1621/article-85777.html](http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-85777.html). Se hace referencia al saber hacer, al oficio, al aprendizaje funcional, dado desde la política gubernamental.

un modelo pedagógico que los avale de manera formal o si por el contrario, responden a la formulación de una estructura curricular básica en donde se entretengan unas materias básicas y no pretenden sino la captación de estudiantes o la construcción de un Programa serio que aporte paradigmas, postulados, fundamentos para la disciplina del diseño gráfico.

Esto finalmente nos va a determinar si existe un modelo pedagógico, contrastarlo y encontrar la opción de formular uno propio que diferencie la formación en Unitec y que asegure, con el tiempo, la construcción de un proyecto sólido con un verdadero aporte al diseño gráfico en Latinoamérica. Un trabajo eminentemente teórico en donde se destaca la búsqueda de la fundamentación pedagógica de la disciplina para ayudar en la construcción de la profesión.

## HIPÓTESIS

*Hay elementos estructurales similares en la conformación de planes de estudio de programas profesionales de diseño gráfico en la ciudad de Bogotá, D.C., pero no son orientadas hacia la consolidación del Diseño como disciplina.*

*Se cumplen de manera general los postulados exigidos por parte del Ministerio de Educación para Registro Calificado de Programas Profesionales de Diseño Gráfico pero no se ha estructurado un modelo pedagógico que responda a las exigencias de la construcción del diseño gráfico como una profesión en formación.*

Esta hipótesis parte de la recolección de información acumulada por varios años de relaciones con otras instituciones de diseño, la asistencia a congresos nacionales e internacionales, la formulación de varios documentos para Registro Calificado, incluyendo el proyecto universitario de diseño gráfico de la Institución. En toda Latinoamérica tenemos problemas comunes y el mismo horizonte, matizado por problemas muy similares en donde se organizan planes de estudio que forman al diseñador gráfico en un profesional con una serie de competencias que generalizan su conocimiento pero no lo especializan, y sumado a esta situación, la falta de visión por parte del sector empresarial que asimilan la profesión con el dibujo de logotipos, diseño de afiches y ahora, la realización de una página Web, sin pensar en el verdadero papel como comunicador visual.



PRINER

РВИШЕВО

# PRImERO

Tres postulados sostenemos en esta primera parte: uno, el diseño tiene su propia historia, se ha construido como parte sustancial de su propio desarrollo, dependiente en sus inicios de los principales movimientos artísticos, de las corrientes y como producto de los hechos universales. Dos, las consideraciones sobre el diseño como disciplina formal, como profesión, con postulados en constante evolución, con preguntas por resolver y estructuras investigativas que lo alejan de un oficio como se consideró durante muchos años. Y tres, el valor social del diseño como afirmación de su postura en el mundo actual, tecnificado, con gran valoración por la comunicación visual que da testimonio real y evidente de lo que pasa en el planeta alejado, por fortuna, de principios comerciales que nos encasillaban en el pasado como autómatas que proponen soluciones gráficas a problemas de comunicación. No peleamos con la publicidad, el mercadeo o el comercio de falsas promesas mercantilistas y consumistas, trabajamos a su lado, pero sostenemos unos objetivos que deben llegar a fines eminentemente más altruistas y aportantes para una sociedad en una profunda crisis.

## UNO

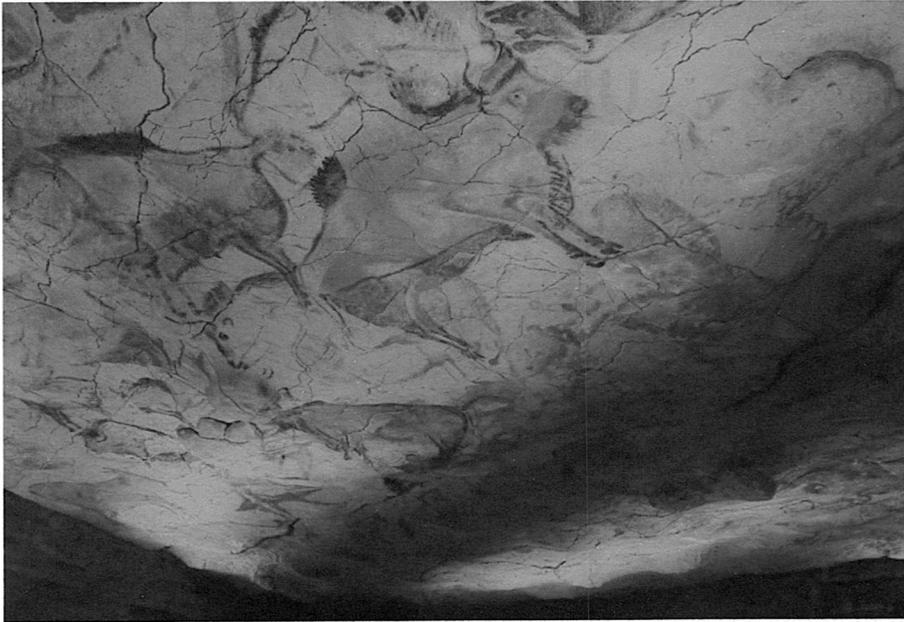
### EL DISEÑO Y SU HISTORIA EN LA HISTORIA

Hemos sostenido en múltiples escenarios académicos, que el Diseño pasó *“del oficio a la profesión”* y con esta argumentación nos dimos a la tarea de intervenir en el Encuentro Latinoamericano de Diseño organizado por la Universidad de Palermo en Buenos Aires en el año 2007. Ha sido una reflexión de la experiencia al frente del Programa de Tecnología en Diseño y Producción Gráfica de la Corporación Universitaria Unitec, 14 años procurando incentivar en centenares de jóvenes el amor por la profesión, por la disciplina que se está construyendo, que estamos haciendo. En esa oportunidad, a Argentina, me acompañó el Maestro Marcelo Meléndez, profundo, investigador e irreverente, con su discurso inagotable sobre el graffiti, sobre el lenguaje urbano, sobre esa contracultura que podemos ver en cualquier parte de nuestro Continente. Pero ha sido una lucha de mucha gente, de mis docentes, de los muchachos y, por supuesto, de la Institución. Gracias a su apoyo, la lucha a veces medio perdida, se ha girado y convertido en logros importantes y en una apertura de horizontes que hoy siguen siendo cada vez más grandes.

Pero como todas las cosas tienen un principio debemos empezar por ahí, por afirmar que tenemos una historia para contar, que no somos un adendo de otras disciplinas, que nos valemos de muchas de ellas, pero que somos independientes y por esta razón, dejamos huella y testimonio evidente en la vida del hombre.

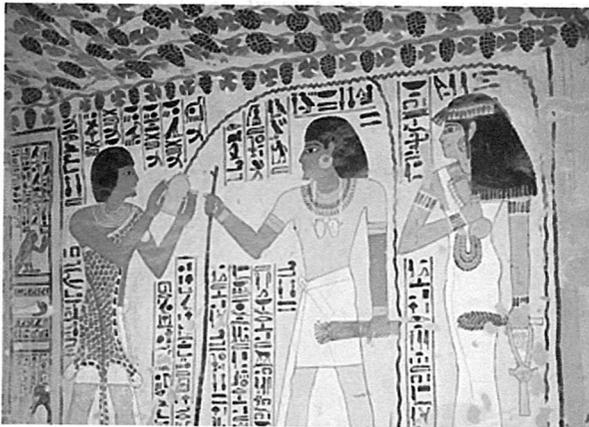
No nos interesa determinar el origen del diseño como actividad pues es bien sabido que el hombre es gráfico por su misma esencia, cuando nuestros antepasados observaron los fenómenos naturales para tratar de entenderlos, para servirse de ellos y saber cuando

emprender la siembra, resguardarse de las lluvias, protegerse del calor de la sequía, y estar pendiente del tiempo de la luna llena para las primeras serenatas con cueros de mamut y bongoes de bisontes, todos estos eventos se exteriorizaron y comunicaron a través de grafismos.

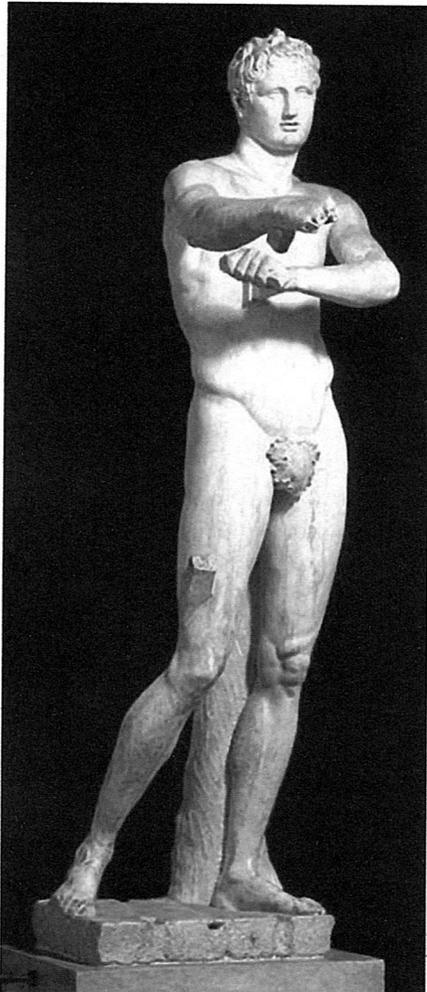


Gráficos en cuevas prehistóricas, Altamira, España

Gráficos de oficio a través de la historia del planeta, gráficos por vocación natural, en Egipto inventándose la perspectiva por franjas, dando significado a un ojo, a un grafismo que describiría la potestad del Faraón como enviado directo de Dios, plasmados en los muros de las pirámides. En Roma con la señalética de los primeros edictos o en la Grecia maravillosa de Lisipo y del magnífico Fidias. En el grandioso trabajo de los primeros diseñadores que sintetizaron los fonemas en unos cuantos trazos para darle paso a la escritura como la afirmación inteligente de la raza humana. Con esta nueva forma de comunicarnos se pudieron escribir los primeros poemas de amor, y dejar constancia de las historias que algunas generaciones fueron olvidando poco a poco, historias de guerras, descubrimientos, contados por ilustres historiadores, por cuenteros o simples charlatanes que ahora podían dejar su testimonio en un papiro o, posteriormente, en un papel. Genios maravillosos cuando el hombre retoma los ideales griegos y vemos obras grandiosas creadas por artistas como Miguel Ángel y Leonardo. Ingeniosos cuando alguien en China inventó los tipos móviles e inspiraron a Gutemberg para cambiar la historia hecha libros impresos para la posteridad.



Mural Egipcio



"Agiás"  
Autor: Lisipo

Gráficos, del oficio a la profesión, cuando el hombre pensó mejorar su vida, y tener un espacio para el ocio, para contemplar un amanecer y darse un tiempo para el amor, entonces emprendió la tarea de inventarse elementos que le dieran la posibilidad de utilizar su día de manera más efectiva y ayudarse con sus labores diarias, algunos artilugios mecánicos les abrieron el espacio para el cuidado personal, y la vida cambió.

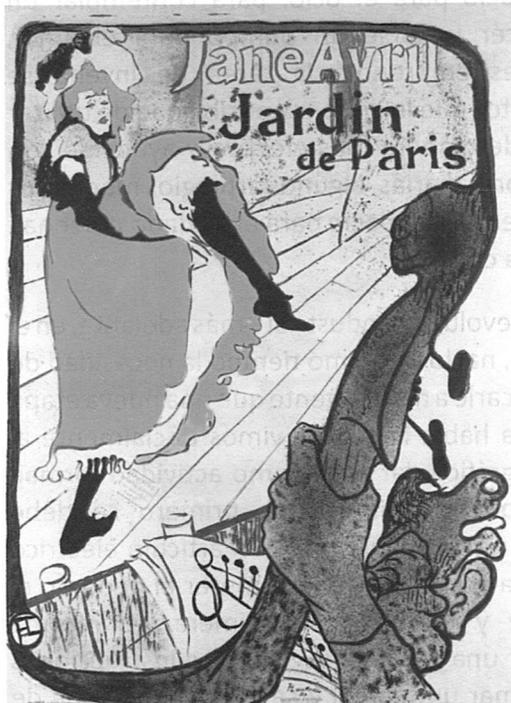
Con la Revolución Industrial y más adelante, en el siglo XX, nació al mismo tiempo la necesidad de comunicarle a mucha gente que una nueva etapa histórica había llegado y vimos oficialmente al diseño gráfico dar a luz como actividad formal, para poder masificar que primero se debe destapar el empaque, que un artículo eléctrico funciona si se conecta –sin meter el dedo en el enchufe- y se conoció por primera vez la forma de abrir una caja, de seguir unas instrucciones para armar un talego, y se inventó la forma de comprar, de necesitar artículos que abren latas, que lavan y planchan la ropa, que nos muestran las imágenes y el sonido de la música, artefactos sin los cuales no concebimos hoy la vida.

## EL DISEÑO GRÁFICO: del oficio a la profesión

Y los afiches del Moulin Rouge se hicieron populares para contarle a los parroquianos parisinos que cada noche salía a bailar la famosa e inigualable Jane Avril, representada bajo la magistral mano del conde Henry de Toulouse Lautrec quien bajo el delirio de sus muchas botellas de ajenjo hacía maravillas con las muchachas del can-can.



Baile en el Moulin Rouge, Toulouse Lautrec



Cartel de Toulouse Lautrec

De manera sutil pero contundente, se empezó a teorizar sobre la publicidad, el diseño y su relación con otras profesiones en el mundo. Se vinieron los años de la confusión entre el diseño y el arte, que por ser hermanos gemelos los grandes teóricos han querido confundir gastando miles de páginas, millones de neuronas tratando de establecer unas diferencias y semejanzas que son evidentes entre parientes tan cercanos.

Así pues, un diseño sin los principios estéticos del arte está condenado a desaparecer dentro del mundo consumista que sólo busca la efectividad del mensaje para “manipular” al comprador en su afán por comprar algo que a lo mejor ni necesita. Un diseño sin los elementos básicos de la estética, está forzado a la masificación de la comunicación sin pensar en la persona -como ser individual, con características propias que lo definen- como un simple receptor, susceptible a ser medido hasta en sus deseos más profundos.

El arte es individual, responde a una necesidad subjetiva del artista, es comunicación, testimonio, es goce estético con el color, es aroma de campesino, aire de paisaje, color de amanecer, línea de la figura humana exaltada, maravillosamente representada ante su placer y su dolor. El arte depende también de un mercado y de la efectividad en su comunicación, pues un cuadro que no se “lee” y no me dice nada, es inútil, se vuelve un elemento que adorna, y tanto el arte como el diseño, están muy alejados de la decoración. La diferencia radica en el objeto a comunicar pero con la salvedad que el Diseño no sólo se dedica a actividades comerciales, promocionales, sino que ahora cumple funciones sociales más importantes y está inmerso, como elemento fundamental, en la comunicación del presente siglo.



El Bebedor de Ajenjo, Edgar Degas



Clase de Danza, Edgas Degas

En efecto, el artista también tiene que tratar con un cliente, y en la actualidad continúa haciéndolo. Sigue prestando atención al mercado, y sigue estando condicionado por él. Sin embargo, el mundo del arte no hace una religión del “trato con el cliente”, como ocurre en el diseño.

Podríamos de esta manera encontrar más semejanzas y diferencias entre el diseño y el arte que nos llevaría a conclusiones que no aportan nada diferente a establecerlas como actividades creativas, con elementos estéticos y con funciones comunicativas, que trabajan

por objetivos diferentes dentro del campo de las bellas artes, las humanidades y la comunicación visual, de fuertes relaciones con múltiples disciplinas.



El Aguador de Sevilla, Diego Velázquez

Cerrado esta discusión, se presenta otro problema: una definición apropiada, generalizada y lo suficientemente globalizada del diseño:

Se ha forjado como religión definir el diseño como un **servicio a terceros cuya especialidad consiste en determinar, anticipadamente a su realización, las características finales de un objeto, artefacto o producto y sus alternativas de producción, para que cumpla con una serie de requisitos definidos de antemano, funcionales, formales, estéticos, informativos, materiales, ergonómicos.** <sup>5</sup>

Como colofón a esta visión del diseño, y para el gráfico especialmente, el diseñador está en el deber de conocer las reglas y leyes de la visualidad, el dominio de los sistemas representativos y estilísticos, las reglas tipográficas y de color, conocer a fondo el funcionamiento de la comunicación, los tipos de soluciones existentes, los códigos del emisor y público objetivo. Los avances en la lingüística y la semiótica le han dado al diseño contenidos conceptuales propios de la comunicación, la tarea de transmitir mensajes de manera clara, directa y precisa para los diferentes públicos que manejan diversos códigos. Lo expuesto hasta aquí nos debe llevar a una reflexión fundamental: los proyectos para mejorar su entorno (objetos, artefactos, piezas de comunicación gráfica, vestuario, espacio) son producto de una profunda reflexión y libres de todo azar o gusto particular del diseñador y se rigen por un sistema ordenado de acciones. Postulados que nos reafirman como una profesión. Sin

5 [http://www.foroalfa.com/A.php/La\\_funcion\\_social\\_del\\_diseno/50](http://www.foroalfa.com/A.php/La_funcion_social_del_diseno/50), Raúl Bellucia.

embargo debemos dejar de lado que todo esto debe estar enmarcado dentro de procesos creativos, de experimentación, de libertades estéticas que le brinden identidad y un posible determinismo estilístico que lo diferencie.

El diseñador diseña porque puede, porque la tecnología se lo permite y no porque una industria o un sector de su país necesariamente se lo exigen. *Es una realidad que ninguna teoría puede desconocer. El mundo del diseño le pertenece al planeta entero, no es una tarea de algunos pocos iluminados pero sólo debe ser ejercido por aquellos que conservan la estética como su meta y la comunicación con el otro, considerando la persona, y en últimas, la sociedad, como su propósito.* Esto se hace necesario para darle una estructura conceptual como profesión y no como un apéndice del mercadeo y la publicidad, como sucedió en el pasado.

Naturalmente, como profesión, hablamos de procesos sistémicos, de intervención del entorno fruto de la reflexión, el estudio y la investigación y aquí tenemos dos grandes campos para abordar: la conceptualización en el diseño y el diseño aplicado. El diseño es siempre imposible sin ninguna teoría. Por otra parte, incluso la teoría más completa no puede augurar todos los distintos e impredecibles patrones en las diferentes situaciones, de forma que no hay modo que un diseñador pueda estar preparado teóricamente para cada posible problema de diseño. Y aunque decimos que el diseño es innato en el hombre, sus reglas, postulados y formulación epistemológica se acoge a los más rigurosos parámetros formales.

Una afirmación contundente de Victor Papanek<sup>6</sup> nos sacude y determina un problema visualizado hace muchos años que desafortunadamente se hace realidad en esta sociedad de consumo, estadísticas y mediciones de compra, de anhelos y de sueños por adquirir cosas:

“Hay profesiones más dañinas que el diseño industrial, pero sólo unas pocas. Y posiblemente sólo otra profesión es más falsa: el diseño publicitario que persuade a la gente de comprar cosas que no necesitan, con dinero que no tienen, con el fin de impresionar a otros a quienes no les interesa “

Este teórico nos muestra de manera cruda una situación en la que ha ido cayendo el diseño con el determinismo por parte del cliente, la globalización, la pérdida del individuo con su poder de decisión en lo que quiere y puede comprar, dando pasos a estéticas impuestas, caprichosas y determinadas por factores de consumo. Aquí se presenta el primer problema común en la mayoría de Escuelas de Diseño de Latinoamérica:

**¿Los diseñadores han abandonado el rigor académico para satisfacer pedidos, encargos y formular proyectos sólo con un objetivo comercial limitado?**

El olvido de la estética como entidad rectora en la búsqueda de elementos constitutivos de un diseño, superados por la funcionalidad en la comunicación, medida en el índice de impacto y de ventas de un producto, se volvió un postulado de trabajo para muchos diseñadores. La importancia suprema del cliente como motor de la economía para el diseño, su intervención

6 Cfr. Edugrafología, Fundamentos del Diseño, Victor Papanek, 1975

en nuestro trabajo y la determinación de su gusto para la entrega de nuestros diseños, es un problema para manejar. ¿Cómo incide este panorama en las instituciones de educación para la conformación de planes de estudio que formen adecuadamente a los diseñadores para enfrentarse a la dicotomía entre la estética y la funcionalidad? Una pregunta que queda abierta para un debate profundo.

No en vano, Guillermo Brea<sup>7</sup>, profesor argentino ha generado una lista afortunada sobre los desafortunados problemas del diseñador que quiero referenciar brevemente pues, de manera atinada, plantea lo que escuchamos en nuestros estudiantes y egresados en diseño gráfico, lista que me permito resumir:

El cliente: ...elige por gusto, ...no me tiene confianza, ...lo quiere para mañana, ...regatea en el precio

El cliente y el diseñador: ...mete mano en el trabajo, ...me destruyó mi diseño, ...elige la peor opción, ...quiere el logo más grande, ...cambia de opinión todos los días.

El cliente no sabe de diseño, por algo nos eligió, debemos guiarlo, argumentarle con razones las decisiones que como profesionales estamos tomando. Se supone que es una persona o una empresa con una necesidad, que establece unas prioridades, que tiene unas condiciones económicas y otras consideraciones. El problema no está en los clientes, está en que nos dejamos imponer unas condiciones con las cuales podremos quejarnos y justificar lo que estamos haciendo bien o mal. Es necesario valorar nuestro propio trabajo, imponer con razones los criterios estéticos y de comunicación de nuestras propuestas y hacer entender al cliente de su conveniencia de acuerdo a sus propósitos. No debemos escudarnos con argumentos como:

*Es que en esa pieza gráfica metió la mano el cliente, no es culpa mía que esté mal el diseño. Es que me tocó hacerla a la carrera, no tuve tiempo, es que no me paga lo que realmente merezco.*

Estamos en problemas. Y para completar y agravar la situación, con frecuencia escuchamos:

*La facultad no me preparó para la realidad...*

Este es el mejor caballito de batalla cuando queremos excusarnos por algo: este tema no lo vimos, a esa clase yo no vine, el profesor era malo, no había suficientes computadores. Cuántos de nosotros preguntamos a un médico la nota que sacó en determinada materia para saber si es apto o no para atendernos. El diseñador es, debe comprenderse como un todo integrado y saber que el mundo será siempre más ancho, que la universidad abre puertas al conocimiento, ilumina las mentes, y que el aprendizaje del hombre no termina nunca. Otro de los múltiples problemas comunes en este continente.

Dirimidos asuntos como el origen, la relación con el arte, la misma definición, los problemas que afrontamos, podemos ver el mismo horizonte que empezamos a consolidar de cara a la formación en Programas de Diseño Gráfico:

---

7 Cfr. Artículo publicado en Foro Alfa el 20 de Noviembre de 2006

- El concepto y el valor de la idea como génesis de todo el proceso.
- Creativos gráficos, con un norte y guía: la experimentación.
- La funcionalidad en el diseño
- Procesos de producción
- Manejo de herramientas digitales

Pero por encima de todo:

- Trabajar por la persona
- Desarrollar su integralidad
- Promover su interdisciplinariedad
- Fomentar la experimentación
- Abordar la contracultura
- Investigar la anarquía

Y promover en nuestros diseñadores la fuerza expresiva como valor diferencial que le dará a la formación en nuestras Escuelas de Diseño una verdadera trascendencia frente a un siglo marcado por la imagen, la comunicación, la Internet, las TICs, la globalización, la despersonalización y el ser colectivos masificados frente a la maravillosa posibilidad de volver a lo únicos y diferentes que somos los seres humanos.

No nos apartaremos de las condiciones propias de la producción gráfica, no dejaremos de lado el aspecto funcional de la comunicación visual, nos mantendremos alertas con los avances tecnológicos, no obstante, es necesario recuperar los valores estéticos que siempre ha buscado el diseño, desde sus orígenes hasta nuestros días, peleando por una identidad propia.

Seguiremos insistiendo en la maravillosa posibilidad que nos da la experimentación, la locura creativa que busca nuevas formas de expresión, la pelea de los jóvenes por encontrar un lenguaje propio, su forma de expresar lo que están viviendo en este mundo inmediatista, tecnificado, apurado, en donde la rapidez de la comunicación no deja ver con quién hablamos, no permitiendo medir el sentimiento del espectador sino por su decisión de compra y no por la emoción que pudo despertar.

La producción en serie ha logrado poner diseños de alta calidad al alcance de millones de personas y los diseñadores han alcanzado una posición y un prestigio que antes estaba reservado únicamente a unos pocos. Los museos y las instituciones, como legitimadoras de muchos de los fenómenos artísticos y destinados a la divulgación del arte en general, han abierto sus perfiles, exigiendo del público una mirada más contemplativa y esto a su vez ha generado una nueva sensibilidad estética hacia el diseño en general y a los diseñadores como creadores.

Con todo esto, podremos vislumbrar respuestas para los innumerables interrogantes:

- Compartir con nuestro cliente y hacerlo partícipe activo del proceso.

## EL DISEÑO GRÁFICO: del oficio a la profesión

- Estructurar programas académicos coherentes con la tecnología pero sin dejar a un lado la formación de la persona.
- Valorar la profesión alejándola de mentes pequeñas que no ven sino un horizonte inmediato, negándole la opción de consolidarse como la actividad más importante para este siglo.
- Quitarnos el temor de dejar que la creatividad expresiva, la estética y el valor de la experimentación se manifiesten por encima de los valores funcionalistas.
- Equilibrar los procesos de diseño y producción gráfica.
- Y dejar por fin que esta profesión tome el lugar que se merece y que ha buscado desde siempre en la historia del hombre.

No podremos decir que por el Diseño este mundo tiene salvación, pero juega un papel fundamental en el desarrollo de la toma de conciencia para que cambiemos nuestros hábitos de destrucción por campañas de protección. Ese es un excelente camino y un horizonte amplio para nuestra profesión.

## DOS

### **EL DISEÑO: la relación con su entorno**

Desde este ángulo, partimos de la premisa como discusión superada sobre la definición misma del diseño, su objeto y finalidad, en permanente dicotomía, pues sería fácil definir al diseño por el tipo de producto final, pero, se diseñan desde mensajes hasta herramientas y desde ropa interior hasta mobiliario para automóviles; fácil también definirlo por su sentido social, en cualquier caso, se diseña una revista anarquista como un periódico conservador, desde automóviles contaminantes hasta empaques ecológicamente reciclables; fácil definirlo por el género de cliente, aún así, se diseña para estamentos públicos y a su vez para entidades privadas, para las empresas petroleras como para los grupos ambientales, llegando al fin primordial del Diseño, una comunicación visual para la sociedad, para los grupos humanos que en ella habitan.

Hay que mencionar que el hombre, por naturaleza formado en un proceso evolutivo hacia su desarrollo como ser social, ha dualizado su carácter desde lo individual hacia lo colectivo, de lo objetivo a lo subjetivo, entre el bien y el mal. Marcha en esta partición sin detenerse a decidir entre el arte y el diseño o si el diseño es arte, pero, igualmente, no nos determina ni delimita ésta pregunta: dos conceptos del mismo género, con parentesco familiar pero con entidades propias. El buen diseño considera las tres "E": economía (costos), eficiencia

(funcionalidad) y estética (forma). En el caso del arte no necesariamente se valora su eficiencia comunicacional o no es tomada en cuenta su economía (mientras más cotizado sea el autor, mayor será su valoración). Es bien cierto que hay *arte gráfico* y también *diseño gráfico*. El primero es el dibujo y el grabado en el ámbito de las Bellas Artes. El segundo es la praxis que nació con la imprenta de Gutemberg, el dibujo de los tipos de letra, la composición de la página impresa. Después vino el cartel y luego vendría la Bauhaus en pleno industrialismo, que convirtió la praxis artesana del diseño –oficio-, al rango de disciplina –profesión-.

En este marco de referencia, donde la definición misma del diseño, sus posibles acotaciones dicotómicas con el arte y teniendo claro el papel del diseñador en la sociedad moderna y el rol que desempeña en la comunicación y la tecnología que gobiernan el presente siglo, la formación académica debe tomar un rumbo definitivo: el diseñador gráfico esta en el deber de conocer las reglas y leyes de la visualidad, el dominio de los sistemas representativos y estilísticos, las reglas tipográficas y del color, conocer a fondo el funcionamiento de la comunicación, los tipos de soluciones existentes, los códigos del emisor y público objetivo. Esto nos encamina a una formación basada en la praxis, en el empirismo desde la perspectiva del conocimiento de la realidad a través de la observación de los fenómenos, en el funcionalismo de la comunicación que tiene la intención de obtener un efecto sobre el receptor, es decir, se intenta persuadir al espectador. Para conseguirlo se formulan las siguientes preguntas: quién, qué, a quién, a través de qué medio, con qué finalidad y además, tener en cuenta elementos gráficos como el tipo de papel, tintas y acabados, lo que determina el rumbo del diseño y por lógica, la manera como se debe construir el conocimiento en las escuelas de diseño gráfico. Si damos una mirada a la teoría constructivista para el aprendizaje, donde los aspectos cognitivos, sociales y afectivos no son producto del ambiente ni de sus disposiciones internas, sino que este se forma construyendo nuestros conocimientos desde las propias experiencias, el resultado será un aprendizaje significativo. Es aquí en donde el estudiante es constructor de su propio conocimiento, relacionando los conceptos con sus intereses, expectativas y vivencias presentes y pasadas. Este modelo, centrado en la persona, considera que la construcción se produce cuando el sujeto interactúa con el objeto del conocimiento (Piaget), cuando esto lo realiza en interacción con otros (Vigotsky) y cuando es significativo para el sujeto (Ausubel), esto se lleva a cabo por el método de proyectos ya que permite interactuar en situaciones concretas y significativas y estimula el “saber”, el “saber hacer” y el “saber ser”, es decir, lo conceptual, lo procedimental y lo actitudinal.

Estos conceptos pedagógicos nos han llevado a construir un modelo pedagógico para el Programa de Diseño y Producción Gráfica, derivado naturalmente del Proyecto Educativo Institucional en Unitec, en donde el diseño tiene una conexión directa con la realidad del estudiante, sus experiencias de orden afectivo y de competencia laboral, en estrecha relación con el medio empresarial y las necesidades que van surgiendo del medio, entendido como una gran sociedad que necesita de la intermediación comunicativa del diseñador hacia la construcción de sus mensajes. Consecuentemente, el plan de estudios se ha conformado acorde a estos principios, el aprendizaje se va sumando en conocimientos para la elaboración de una pieza gráfica tendiente al fortalecimiento de la producción estética y conceptual mediante el uso de herramientas análogas y digitales con recursos comunicativos e informáticos y elementos tecnológicos para la correcta finalización de sus proyectos. Prueba de ello es la permanente relación de lo trabajado en el aula con procesos

reales, la obligatoriedad de realizar un portafolio profesional que muestre su experticia y competencia, lo que le ha dado a nuestros egresados un buen posicionamiento inclusive como recién graduados. En el mismo sentido, el Proyecto Investigativo Emprendedor, módulo que tiene pretensiones hacia el cambio de actitud personal y empresarial, vela por la relación de los proyectos con una realidad a la que se debe intervenir, crear o rediseñar. Las opciones de grado, alternativas que promueven trabajos de investigación aplicada con clientes reales sobre problemas gráficos reales, consolidando así su portafolio profesional y elevando su nivel de competencia ante el sector empresarial. En donde se hace más evidente la funcionalidad de nuestros diseñadores es en el Programa de Práctica Profesional que ha podido abrir innumerables puertas en empresas de todo tipo, estableciendo convenios formales para lograr aprendizajes significativos a través de la práctica real. Inherente al trabajo de todas las escuelas de diseño, realizamos exposiciones de trabajos, participamos en eventos. Otro elemento de gran importancia en nuestra formación es el trabajo que se realiza en el Taller de Diseño Digital, un espacio creado para diseñar toda necesidad en comunicación gráfica de la Institución y fuera de ella, está dotado de equipos de última generación, software especializado y, naturalmente, personal calificado en donde se realiza desde el diseño hasta la producción de todo tipo de piezas gráficas. Un área que se ha venido fortaleciendo de manera especial es el diseño de empaques, campo que requiere de grandes desarrollos en nuestro país y una dosis generosa de creatividad.

La actividad “trabajos reales con clientes reales” y las jornadas universitarias de diseño, en la Universidad de Palermo nos ratifican el camino de Unitec en el concierto de instituciones Latinoamericanas, la asertividad de los planteamientos y la urgente necesidad de establecer puentes de comunicación e intercambio entre las diferentes escuelas de diseño en el continente.

Finalmente, el reconocimiento del perfil diferencial y único para los diseñadores pues su formación profesional contempla dos elementos fundamentales: la estética y la tecnología. La génesis creativa hacia multiplicidad de elementos que se pueden crear y/o rediseñar le abre nuevos horizontes al trabajo y a las opciones de proyectación inherentes a la disciplina. La intervención en la sociedad, cada vez con mayor protagonismo, los procesos que dejaron de ser “artesanales”, la innovación que reclama este mundo inmediateista y apurado a todos los niveles de objetos y formas de vida, ha llevado al diseño a pasar del oficio a la disciplina formal, a convertirse en una profesión con un camino amplio de cara un milenio que apenas comienza.

Con estas premisas, lejos de discusiones bizantinas sobre la definición del diseño o su realidad como diseño, y con la certeza de las amplias opciones de inserción en el aparato productivo en un mundo globalizado y tecnificado, con gran necesidad del manejo conceptual de la imagen y sus mensajes, la tarea en las escuelas de diseño se define y se articula y hace perentorio el intercambio de información, la multiplicidad de convocatorias y la interacción de todos para moldear, de manera definitiva, el camino que debe tomar el diseño para este, el siglo de la comunicación y la tecnología.

## EL DISEÑO: aproximaciones a la disciplina

Muchos padres de familia, docentes de otros programas académicos o profesionales de diferentes áreas, todavía ven el diseño -el gráfico en especial- como una actividad para hacer “dibujitos” o más grave aún “como la afición por el computador”. En Colombia, cambiar esa percepción ha sido un trabajo arduo, complejo, mostrando resultados contundentes más allá de la imagen fantasmiosa y la recursividad de efectos que traen los programas graficadores.

Pero la cuestión se debe referenciar desde sus orígenes: el hombre ha buscado información por siempre, especialmente a través de la observación directa de los fenómenos en su entorno directo: la salida del sol, los tiempos de las cosechas, las lluvias, la luna y otros elementos que le han sido útiles para su actividad de labrador o cazador. Estos conocimientos se han transmitido por lo general gracias a la tradición oral, llegando a convertirse en una sabiduría tácita, popular, bastante rígida sometida a los cambios inherentes en la interpretación de las palabras en diferentes generaciones. Esta tradición se ha manifestado especialmente en el gremio de los artesanos en donde la habilidad ha procurado unas mejoras sustanciales desde la Edad Media hasta la conformación de los principios rectores de la Bauhaus y la posterior implementación de recursos de tecnología. En el momento de su fundación, los objetivos de esta escuela, definidos por Walter Gropius en un manifiesto fueron: “La recuperación de los oficios artesanales en una actividad constructiva, elevar la actividad artesana al mismo nivel que las Bellas Artes e intentar comercializar los productos que, integrados en la producción industrial, se convertirían en objetos de consumo asequibles para el gran público”<sup>8</sup> ya que una de sus metas era la de independizarse y comenzar a vender sus propios productos para dejar de depender del Estado que hasta ese momento era quien los subsidiaba. Comenzaba de esta manera un camino para la profesionalización de algunos oficios, la posibilidad de establecer un proceso formal en la enseñanza-aprendizaje de postulados construidos por vía de la tradición oral e instaurando las bases del diseño como disciplina formal.

Ante el poder de la palabra, la misma significación de “diseño” y su definición como actividad, nos determina el camino a seguir: en los tiempos clásicos, *tekhne*, y en latín *ars*, podrían significar toda habilidad humana, la primera, usada en tiempos modernos con “*logos*” o el conocimiento de la habilidad utilizada como “*tecnología*” y la segunda a su vez, como artefacto o *artesano*, para referirse concretamente al modo de aplicar las técnicas en un oficio determinado. Anota Miguel Angel Brand en su artículo “Diseño o estética utilitaria”<sup>9</sup> que el término anglosajón tiene su origen latín *designare*, que en castellano significa designar, señalar o destinar a alguien para un fin determinado, palabra que evoluciona en el francés como *dessin* (dibujo) y *dessein* (proyecto), y determina para el diseño la significación de proyectar y se refiere al proceso del desarrollo de un plan que busca una creación de algo nuevo con una utilidad definida.

8 Cfr. El abc de la Bauhaus y la Teoría del Diseño, Ellen Lupton y J. Abbott Miller, Gustavo HGilli Editores, 1994

9 Cfr. Artículo publicado en ForoAlfa el 12 de marzo de 2007. [www.foroalfa.com](http://www.foroalfa.com)

Con este principio debemos proponer una definición de diseño, que según Guillermo González Ruiz es un proceso de creación y elaboración por medio del cual el diseñador traduce un propósito en una forma real. Para el Maestro Norberto Chávez, el diseño responde a una demanda, el diseñador es un trabajador que ocupa una fase en un proceso productivo e intenta entender y satisfacer una necesidad de un cliente. Por su parte, para el Maestro Jorge Frascara, el diseñador gráfico trabaja en la interpretación, el ordenamiento y la presentación visual de mensajes. Su sensibilidad para la forma debe ser paralela a su sensibilidad para el concepto. Se ha forjado como religión definir el diseño como un servicio a terceros cuya especialidad consiste en determinar, anticipadamente a su realización, las características finales de un objeto, artefacto o producto y sus alternativas de producción, para que cumpla con una serie de requisitos definidos de antemano, funcionales, formales, estéticos, informativos, materiales, ergonómicos, etc.

Los avances en la lingüística y la semiótica le han dado al diseño contenidos conceptuales propios de la comunicación, la tarea de transmitir mensajes de manera clara, directa y precisa para los diferentes públicos que manejan diversos códigos. Esto se traduce en una importante función social que demanda una responsabilidad, como lo anota Jorge Frascara, responsabilidad profesional: creación de mensajes detectables, discriminables, atractivos y convincentes. Responsabilidad ética: mensajes que apoyen valores humanos básicos. Responsabilidad social: mensajes positivos para la sociedad en general y responsabilidad cultural: creación de objetos visuales que contribuyan al desarrollo cultural más allá de los objetivos operativos del proyecto. Todo esto definido por elementos de persuasión, identificación e información en el marco de una transdisciplinariedad total que lo acerca a otras profesiones dándole un especial significado a su trabajo, pues como relaciona González Ruiz en su "*Estudio de diseño*"<sup>10</sup>, el diseño trabaja con las ciencias humanas y sociales (filosofía, historia, sociología), las artes (pintura, dibujo, teatro, música), ciencias exactas y naturales (geometría, física, biología), ciencias de la comunicación (psicología, lingüística, semiótica), ciencias relacionadas con la forma (morfología, topología) y ciencias relacionadas con la función y programación (ergonomía, informática, cibernética).

Evidentemente, como lo determina la palabra, la definición de la actividad, el desarrollo de la disciplina en donde se han involucrado elementos conceptuales, adicionales a lo "artesanal" en el evento de diseñar, de la habilidad técnica en el proceso, el diseño se está conformando como una profesión que combina diferentes elementos en la elaboración de sus mismos principios formales, en la relación con otras disciplinas, lo que nos lleva a rechazar la creencia generalizada sobre el diseñador como un operario de computador, como un dibujante de logotipos, realizador de la papelería en una empresa, como diagramador de una pieza gráfica, de una revista o de un folleto publicitario o, inclusive, como realizador de una página Web que debe ser operacional, fácil de ver y de bajo peso para una consulta rápida, para considerarlo como un profesional integral, con excelente manejo de herramientas de tecnología de la información y la comunicación, de gran responsabilidad con su entorno y que provee soluciones para el mejoramiento de la calidad de vida de sus congéneres, a través de una adecuada comunicación visual.

10 Cfr. González Ruiz, Guillermo, *Estudio de Diseño*. Emecé Editores, 1994

Lo expuesto hasta aquí nos debe llevar a una reflexión fundamental: los proyectos para mejorar su entorno (objetos, artefactos, piezas de comunicación gráfica, vestuario, espacio) son producto de una profunda reflexión y libres de todo azar o gusto particular del diseñador y se rigen por un sistema ordenado de acciones que Bruno Munari<sup>11</sup> plantea como identificación del problema, de sus elementos, la recopilación de datos y su respectivo análisis, la creatividad para llegar a la idea base, la determinación de materiales y uso de la tecnología adecuada para el caso, la experimentación, la realización de los modelos, verificación y la solución final al problema. Expresado por González Ruiz, el diseño presenta diferentes etapas que van desde la identificación del problema, recopilación de datos, síntesis, gestación, iluminación, elaboración y verificación, sólo para mencionar dos propuestas que coinciden con otras muchas en donde determinan la obligatoriedad de un proceso ordenado, sistemático para el planteamiento de soluciones posibles a reales problemas. Todo esto ya nos aleja por completo de la operatividad del diseño, de la ejecución inconsulta de opciones como producto de una genialidad temporal y nos lleva a la formulación definitiva para el diseño como una disciplina inmersa en procesos de investigación, sustentada en la elaboración de diseños con profunda base conceptual, con una determinación de procesos ordenados, naturalmente de carácter proyectual, con altísima responsabilidad en los cambios que se han venido sucediendo en este siglo de las comunicaciones y con un posicionamiento bien ganado frente a otras disciplinas, una profesión que se consolida como una de las opciones de mayor proyección en tiempos de tecnología, de virtualidad, de poder de la imagen como elemento constitutivo de la sociedad actual.

Para evidenciar la importancia del diseño en la vida moderna, encontramos un gran número de empresas que prestan una variedad de servicios, no sólo de diseño específicamente, sino organizaciones que ofrecen al usuario un paquete de alternativas que le brindan soluciones a las necesidades comunicacionales de manera integral. Desde el diseño de logotipos, realización de campañas completas, manuales corporativos, el diseño y administración de sitios Web hasta servicio de impresión de alta calidad, estudios de mercado, envíos, capacitación a la medida de las necesidades. Por otra parte, ante la creciente demanda de diseñadores profesionales, estructurados y con excelente manejo conceptual y tecnológico, hay una multiplicación exponencial de instituciones de educación superior que están incluyendo estos programas dentro de su oferta académica. En este aspecto, se presenta una tensión que obliga a competir con buena calidad y currículos estructurados ya que la proliferación de institutos que con algunos computadores dan una instrucción operativa de software especializado sin estructuras lógicas ni planes de estudios definidos, lo que ha permitido el concurso de diseñadores empíricos con grandes falencias y sin estructuras de costos adecuadas. Si a esto le sumamos el "regalo" del diseño de algunas empresas con el propósito de conseguir un cliente, el problema es aún más grave, pues algunos impresores prefieren contratar por bajo costo un aprendiz que realice el diseño y de esta forma conservar el contrato. Un panorama complejo pero real y ante el cual, las instituciones debemos aunar esfuerzos para ofrecer programas de alta calidad, abrir espacios para la práctica profesional acercando la Academia al sector productivo. Esto permite reforzar las

---

11 Cfr. *Cómo nacen los objetos, Diseño y Comunicación Visual*, Bruno Munari, Editorial Gustavo Gili

áreas conceptuales de los programas, asegurar la calidad en las propuestas de investigación conformando laboratorios en donde, de manera ordenada, sistémica y formal, se puedan presentar verdaderos proyectos y semilleros de investigación que fortalezcan resultados reales en el campo de la teorización, de la conformación de postulados programáticos, la solidificación de propuestas coherentes con la debida planeación que respondan a una sociedad necesitada de un manejo responsable de sus comunicaciones visuales a través de la imagen, factor determinante del presente milenio.

Dentro de las múltiples posibilidades de investigación que se le plantean a esta nueva disciplina se deben conformar equipos de trabajos que formulen proyectos dentro de líneas establecidas oficialmente por las instituciones, verdaderos subsistemas estratégicos en donde se pueda vincular la comunidad bajo intereses y necesidades de conocimiento que contribuyan a la toma de decisiones y a la búsqueda de opciones para los retos que se plantean. Esto ayudaría a cambiar la mentalidad totalmente pragmática del diseño, una actividad que responde a unas necesidades de mercado y que nos convierte en meros solucionadores de problemas sin ir más allá de la imagen superficial plasmada en una pieza gráfica, la solución en una silla más cómoda, en un objeto más "bello" o más "funcional".

Hay que mencionar, además, dos grandes campos para abordar: la conceptualización en el diseño y el diseño aplicado. Dentro de la primera línea, múltiples preguntas sobre la naturaleza interdisciplinaria del diseño, la relación entre la teoría y el desarrollo de la creatividad, cómo establecer un marco teórico adecuado para un proyecto, qué metodología emplear dentro de los procesos de formación, cómo integrar los conocimientos teóricos a los talleres, cuáles serían los componentes de una investigación proyectual para diseño, cuál es la realidad laboral del diseño en cada país, su relación con el sector productivo y la posición frente a la producción, las tendencias mundiales y los caminos académicos frente a los avances tecnológicos en la profesión. Dentro del campo del diseño aplicado, los componentes de acción como la tipografía, la animación, la ilustración y los diferentes talleres y áreas en donde el trabajo tenga una manifestación objetual, tangible, en el desarrollo de nuevas alternativas o productos u objetos o en el rediseño de los mismos y en el mundo de opciones que se presentan con la inclusión de la tecnología digital, la comunicación interactiva, el mundo de los videojuegos, la comunicación multimedial y las publicaciones electrónicas.

Como podemos ver, son múltiples las áreas a investigar y cada día surgen más en donde las universidades debemos incentivar la conformación de líneas que respondan a las necesidades cambiantes del entorno, proyectos que puedan liderarse desde las facultades en asocio con las empresas, con centros de investigación y centros de desarrollos para la innovación y nuevos medios alternativos en todas las áreas del diseño.

Han pasado muchas cosas en el mundo del diseño desde los primeros artesanos, los descubrimientos y nuevos artefactos en la revolución industrial, los carteles, la imprenta y la era digital. Pasamos de ser operacionales a pensar en comunicaciones que inciden en la vida del hombre, que determinan una mejor forma de ver el mundo, de informarse, de llegar a otras culturas, de conocer, de tomar conciencia, de cambiar estilos de vida, de adoptar diferentes posiciones ante los problemas graves que nos aquejan como el calentamiento global, la tala indiscriminada de árboles, la desertificación y tantos otros en

donde el diseño ejerce una función ante la comunidad, así como en la proyección social que tenemos desde las universidades emprendiendo campañas contra el uso de las drogas, la violencia, el maltrato infantil, contra el flagelo inhumano de las minas que acaban con los sueños y esperanzas de nuestros pueblos. No son sólo avisos publicitarios que promueven una compra, que informan de un evento, que promocionan un artículo, que mejoran un objeto, es un mundo cada día más complejo, es una responsabilidad más grande que obliga a las instituciones a procurar mejores programas, a las empresas en la contratación de profesionales en las comunicaciones visuales pues saben que gran parte de su éxito, de su permanencia en el mercado está en el manejo de su imagen, de la cultura corporativa y en sus comunicaciones.

Definitivamente, dejamos de ser dibujantes para emprender el camino de la comunicación visual, pasamos de una profesión menor a ser una integral que une esfuerzos con otras disciplinas para prestar mejores servicios y ofrecer mayores opciones, hemos convertido al diseño en una herramienta fundamental en este, el siglo de la tecnología digital, de las comunicaciones satelitales, de la información en la red y, especialmente, en una época en donde el hombre debe tomar conciencia de su responsabilidad con el planeta, con las personas que lo habitamos y con el futuro que debemos dejarle a las nuevas generaciones más limpio, menos violento y con un alto índice de visión para mejorar su calidad de vida.

## TRES

### EL DISEÑO: función social

A través de varios textos, reafirmar la función social del diseño nos da la certeza de estar andando y construyendo una senda disciplinar muy alejados del oficio, camino por donde empezamos a transitar, rescatado como fuente histórica pero distante por completo de los postulados actuales para el diseño. Una conferencia, una ponencia, un manifiesto, los mitos de Papanek, todo esto se conjuga para darle fuerza argumentativa suficiente al diseño como una de las profesiones más importantes del presente siglo.

En respuesta a un artículo de Guillermo Brea, Raúl Belluccia<sup>12</sup> fija claramente su posición frente al destino y trabajo del diseño:

*“los fines y objetivos de los trabajos de los diseñadores los fija la demanda, y no los diseñadores”.*

Se toma como referencia, pues es una posición muy generalizada, inclusive por grandes teóricos del diseño, que nos ponen a la altura de una buena herramienta.

Afirma igualmente:

*“Lo primero que debe decirse es que todo objeto diseñado, aunque sus destinatarios*

12 Cfr. Foro Alfa, [www.foroalfa.com](http://www.foroalfa.com)

*directos sean muy pocos, cumple funciones sociales, repercute e influye socialmente. Esto es una evidencia sin discusión posible.”*

Esto de por sí, bastaría para alejarlo de un elemento únicamente “utilitario”. Consigno sus apreciaciones y me permito discutir las:

- ✓ El diseño es un medio de producción

*La tarea de diseñar consiste en determinar, anticipadamente a su realización, las características finales de un artefacto y su modo de producción, para que cumpla con una serie de fines requeridos por una demanda previa: funcionales, formales, de comunicación, estéticos, ideológicos, simbólicos, informativos, identificadores, materiales, ergonómicos, persuasivos, económicos, diferenciadores, etc.*

Una definición justa pero que desconoce procesos, interdisciplinariedad, valores, creación, posturas estéticas y su propia historia. No se puede asimilar a una simple herramienta o un engranaje apropiado. Hay principios y postulados epistemológicos en la construcción por una disciplina. Es ante todo, una ciencia proyectual que demanda procesos de investigación y no una respuesta casi automática a un problema.

- ✓ No existe una entidad llamada “El Diseño” que indique a sus miembros cuáles son los fines sociales a los que deben adherir

*El diseñar es una práctica que carece de autonomía, que no tiene objetivos propios, por lo tanto es imposible que pueda tener una lista de principios éticos que indique cuáles trabajos merecen la aprobación y cuáles no, según sus fines sociales.*

Como se deduce, esta afirmación deja a todos los profesionales como simples operarios, aunque ellos procuran el eslabón en la cadena y no atentarían contra la misma máquina. Hay una conciencia sobre la comunicación visual en todos nuestros diseñadores, sobre el planeta y nuestra responsabilidad. Si bien en cierto que dependemos de un encargo, de un cliente, eso no nos hace operacionales y sin autonomía, tenemos y procuramos fines profesionales con alto grado de eticidad en lo que hacemos.

- ✓ La finalidad social de las tareas de los diseñadores la proponen quiénes les encargan los trabajos.

*Es posible que un diseñador detecte una necesidad solucionable con diseño (por ejemplo: prolongar la vida útil de las bombitas eléctricas) pero esa propuesta solamente dará paso a un trabajo real de diseño si algún fabricante de bombitas advierte que es beneficiosa para sus fines, y si tiene los recursos como para hacerlo.*

Para nadie es un secreto la relación con el cliente, fundamental, pero nos podemos mover solos, no necesitamos de las muletas del mercadeo de nuestros servicios para poder mirar un horizonte más amplio, para investigar, para incidir en nuestro entorno, inclusive, comunicar por el sólo hecho de hacerlo. Somos profesionales inmersos en una sociedad con la posibilidad y la obligación de intervenirla positivamente.

- ✓ El diseñador, cuando trabaja, debe obedecer el pedido de su comitente.

*Antes de que alguien se altere, "obedecer" al comitente significa que el diseñador debe poner toda la capacidad de que dispone para solucionar el problema planteado y no otro, proponiendo, más de una vez, caminos que ni el propio cliente imagina, pero nunca en contra de sus intereses (los del cliente).*

Eso debe hacer un buen profesional, responde a su trabajo, le da soluciones a su cliente, sea una persona, una empresa o la misma sociedad, desgarrarnos las vestiduras porque tenemos que "obedecer" a un cliente, proponemos alternativas de acuerdo a nuestro criterio profesional, no vamos ciegos dando tumbos. Esto ocurre en la mayoría de las actividades del hombre.

- ✓ Aceptar un trabajo de diseño, no obliga al diseñador a coincidir con los fines del comitente.

*En esta sociedad, al igual que los médicos, los electricistas, los ingenieros, los albañiles, etc., también los diseñadores para poder vivir, necesitan (a veces con desesperación) encontrar empleador o cliente a quien venderle sus servicios.*

*Pero canjear una habilidad por dinero no implica entregar las convicciones en el mismo acto.*

Esta afirmación dejaría sin posibilidades de diseñar un afiche de música metálica a un diseñador que trabaja con la clásica y mil ejemplos más? Debe el mundo alinearse con nuestras creencias para que podamos trabajar, inaudito, eso significaría una posición bien difícil para todas las actividades del planeta.

Algunos teóricos quieren encasillar el trabajo de los diseñadores en profesionales que resuelven problemas de comunicación bajo pedido exclusivo de un cliente, obedeciendo sus preceptos por una remuneración. Si bien es cierto que dependemos de un cliente, debemos escuchar sus necesidades y con base en éstas, hacer las propuestas más acertadas, la diferencia radica en los procesos de investigación, la ética, la responsabilidad social, las implicaciones para la comunidad, la efectividad, su funcionalidad y muchos otros elementos medibles, de diversa índole más allá de preceptos comerciales exclusivamente.

## EL DISEÑO SOCIAL

Existen al menos dos acepciones para Diseño social: la que apela a la responsabilidad social del profesional y la que pone en valor la dimensión económico-social de su trabajo, en campos como el diseño de productos (industriales y artesanales), de servicios, de sistemas, arquitectura, urbanismo, comunicación y gráfica, entre otros. El término 'diseño social' puede tener matices diferentes según el contexto dónde se utilice:

- Dentro del mundo del diseño: comunicación, diseño, arte, arquitectura
- Dentro del activismo social y político: sociología
- Dentro de la investigación científica: antropología

### Responsabilidad Social

Victor Papanek planteó que los diseñadores y los profesionales creativos tienen su parte de responsabilidad social pues su actividad puede implicar cambios en el mundo real, según hagan buen o mal diseño. Papanek escribe sobre diseño responsable; por ejemplo, los diseñadores pueden contribuir a diseñar productos más ecológicos, seleccionando cuidadosamente los materiales que utilizan o puede diseñarse para satisfacer las necesidades antes que para satisfacer deseos; además, un diseño responsable debe ocuparse de proyectar para el Tercer mundo. Los diseñadores tienen responsabilidad sobre las opciones que hacen en los procesos del diseño.

Por otro lado, Victor Margolin contribuye al desarrollo de la definición del diseño social como aquella actividad productiva que intenta desarrollar el capital humano y social al mismo tiempo que productos y procesos provechosos; así el diseñador debe prever y dar forma a productos materiales e inmateriales que pueden resolver problemas humanos en amplia escala y contribuir al bienestar social. Esta forma de pensar está siendo construida por las corrientes que ponen el énfasis en el diseño social. En esta visión el diseño social es una actividad profesional y económica, por eso no se debe enmarcar en el mundo de la caridad ni del trabajo voluntario, sino que debe ser vista como una contribución profesional que ha de tenerse en cuenta en el desarrollo económico local.

### El Diseño en la Sociedad

Referenciamos apartes muy importantes de la ponencia presentada durante el Primer congreso de investigación en facultades y escuelas, durante marzo de 2005 en la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM, México, en la modalidad de cartel)<sup>13</sup>

Jorge Luis Ampelio Muñoz Hernández.

Escuela Nacional de Artes Plásticas

Eje Temático: Líneas y proyectos generales de investigación

Área: Humanidades y artes

Es indudable que la revolución informática y el cambio que se gesta en el país requieren la formulación de nuevas líneas y proyectos de investigación que discurren acorde con esos sucesos. Ese requerimiento es particularmente necesario el área del diseño. La saturación del mercado de trabajo de los diseñadores y la creciente importancia de las empresas micro a mediana, combinadas con la incapacidad del sistema económico para generar los empleos que la sociedad requiere año con año, delinean la necesidad de reorientar la formación de los diseñadores para que sean capaces de insertarse en su sociedad como tales o en áreas cercanas a su profesión. Por otra parte la sociedad nacional experimenta un cambio que plantea necesidades más allá de la subsistencia, necesidades que los diseñadores deben conocer para orientar sus conceptos y la temática de sus mensajes.

---

13 <http://www.geocities.com/luvalbia/arte.html>

El perfil de formación de diseñadores que tales posibilidades requieren, no es posible deducirlo de una encuesta de opinión, por más que esta provenga de académicos y profesionales del diseño y áreas afines. Tampoco puede resultar de la mera discusión en la que se viertan opiniones más que conceptos o información basados en datos ciertos. Es necesario todo un proceso de investigación que permita proponer modelos sociales utilizables en el diseño. En este sentido la investigación juega un papel imprescindible al ser una posibilidad real para conocer las tendencias sociales que el diseño debe atender. Hasta ahora la temática planteada en la mayoría de los proyectos de investigación parece ignorar que el campo del diseño se ha ampliado y que ya no es posible hablar solamente del diseño en general ni seguir únicamente las líneas clásicas de investigación. Por un lado es necesaria investigación para el ejercicio de un diseño específico que atienda la enorme diversificación del mercado, por otro lado se impone abrir áreas de investigación multidisciplinarias que apoyen una formación más rica de los diseñadores, tal que no queden constreñidos a segmentos cada vez más estrechos del mercado laboral. De los múltiples proyectos de investigación, dos apuntan a rebasar la temática clásica del diseño. De acuerdo con su título, los dos proyectos denominados respectivamente: "El signo y el símbolo como concreción de la realidad" y "Filosofía de la imagen" parecen abrir perspectivas que pueden ser aprovechadas en la formación de los diseñadores. Se requiere de una investigación social ligada al diseño que cubra otras posibilidades enriquecedoras, en tal sentido pueden establecerse las siguientes como posibles líneas de investigación:

1. Diseño específico, orientado a conocer las diferentes clases y sectores sociales, localizadas en entornos físicos y sociales particulares.
2. Sociología o antropología del diseño, orientada a investigar las influencias mutuas entre el diseño y la sociedad.
3. El diseño como comunicación social, entendido como un diseño que acerca a los miembros de una sociedad, más allá del diseño publicitario y del institucional.

La investigación orientada a apoyar un tipo de diseño específico debe abordar aspectos distintivos de los sectores y clases sociales que conforman a nuestra sociedad, para crear perfiles de imagen, de conducta, de ambiente y de actuación vigentes en tales sectores y clases sociales. Ello supone no solamente concentrarse en los fenotipos, modismos, habla y cultura en general, típicos de dichas entidades sociales, sino que también deben formularse perfiles de ambiente físico y social que ayuden a contextualizar el trabajo del diseñador. El ambiente físico predispone a favorecer la percepción de un tipo de imágenes, formas, colores y texturas, situación que el diseñador puede aprovechar como referencia directa o indirecta en sus trabajos. Por otra parte, el contexto social es sumamente importante ya que hace sensible a los sectores y clases sociales a ciertos temas y formas de tratarlos.

Pero quizá la parte más importante de la investigación social ligada al diseño sea la que se refiere a influencias y determinaciones mutuas. El diseñador produce trabajos que impactan la percepción de múltiples maneras y sin embargo únicamente se atiende al impacto estético y del mensaje; remitiendo dichos impactos a niveles de manifestación

fenoménica elemental, es decir, gusta o no gusta el diseño; se considera que el mensaje es correcto o no. Lo cierto que el diseño induce pautas de conducta, como las que observamos en la gente que tararea algún comercial. El diseño incide en la concepción de las cosas y de la vida y en la manera de abordarlas prácticamente.

Una investigación social orientada al diseño debería apoyar al diseñador en el conocimiento de las relaciones sociales para que pudiese manejarlas en su trabajo y lograr así el impacto inherente a todo diseño. Un diseño humanizado podría prescindir de referentes instintivos que pueden llegar a disparar mecanismos antisociales o abiertamente violentos. La investigación social ligada al diseño supone un trabajo multidisciplinario en el que por un lado se genera conocimiento social y por otro, imágenes, conceptos, formas, símbolos, etc. utilizables en la composición del diseño.

El propio concepto de multimedia podría enriquecerse con recursos propios del olfato, el gusto y la multiplicidad de posibilidades que da la percepción sinestésica. El diseño podría rebasar la acepción visual predominante en la actualidad. El desarrollo informático ya ha tendido líneas de desarrollo en esos sentidos. Así, se tienen ya desarrollos capaces de impactar el tacto y se contemplan posibilidades de impacto en otras modalidades de percepción. El diseño como comunicación supone el desarrollo de cierta interactividad, la cual ya se logra en el diseño multimedia y en la comunicación Web. Sin embargo un diseño de orientación social no puede limitarse a la interacción mecánica, sino que tal interacción debe buscarse dentro de los procesos sociales en que ocurre. Es decir, el diseñador puede enriquecer con sus modelos (expresamente hechos para ampliar la comunicación humana) a la comunicación social, atendiendo características e intereses de los grupos sociales que la practican. En tal sentido, el diseñador difícilmente podría enajenarse de su trabajo como ocurre en la actualidad.

El desarrollo del diseño como comunicación es insospechado, aquí mismo resultaría utópico y risible ir más allá del mero enunciado conceptual del diseño como comunicación humana. No obstante, el desarrollo de la informática nos acerca a la comunicación mediante imágenes y sonido de los dispositivos portátiles actuales. Pero al margen de tal desarrollo, el habla se vale ya de elementos que pueden filiarse al diseño, tales como las referencias al color, las señas, los gestos, olores y toda la modulación corporal que efectuamos en el proceso comunicativo

En síntesis, parece factible establecer tres líneas de investigación social que vendrían a enriquecer al diseño, una orientada a alimentar el diseño específico, otra encontrando relaciones entre el diseño y la sociedad y una más orientada a la comunicación social. Las tres líneas de investigación son complementarias y muy posiblemente podrían agruparse como versiones de una única línea general.

Un párrafo muy claro que nos orienta en la discusión por un diseño social: se ha expuesto en repetidas ocasiones que el trabajo del diseñador va más allá del afiche comercial, la promoción, la pieza publicitaria, el apoyo al mercadeo y la publicidad como siempre se había sostenido. Estamos preparándonos para una tarea fundamental dentro de la sociedad, la comunicación apoyada en la tecnología, la posibilidad de llevar cualquier mensaje,

campaña o propósito a lo largo y ancho del planeta. El autor de la ponencia, Jorge Luis Ampelio, nos señala el camino de tres vertientes a investigar, el diseño específico en donde podemos encasillar muchas de las manifestaciones inherentes al mismo diseño dentro de su quehacer histórico. En una segunda propuesta, la sociología del diseño, en donde entramos a mirar las relaciones que necesariamente se establecen con la sociedad, con los individuos comunicantes, los mensajes y la comunicación entre ellos, los nexos y relaciones que se establecen entre los miembros de cualquier comunidad.

No es una herramienta de la producción, es engranaje de la comunicación, no son los que solucionan un problema, facilitan el entendimiento entre los individuos, haciendo las relaciones de los seres humanos más ágiles, fluidas y coherentes.

### Manifiesto de Diseñadores Gráficos<sup>14</sup>

Domingo, Septiembre 9th, 2007

*Esta declaración retoma un manifiesto de 1964 donde se intenta tomar posición actualizada ahora a fines del siglo, sobre la responsabilidad profesional y hacia qué orientaciones es mejor dirigir el enfoque y las aptitudes disciplinares. En la Argentina hay varios grupos de profesionales de diferentes disciplinas que vienen también haciendo propuestas diferenciales sobre como encarar el desarrollo de sus profesiones.*

Nosotros, somos diseñadores gráficos, directores de arte y comunicadores visuales que hemos sido educados en un mundo en el que se nos ha hecho creer que la publicidad y sus técnicas representan la más lucrativa, efectiva y más deseable manera de usar nuestro talento. Muchos diseñadores, profesores y maestros promueven esta creencia; el mercado lo premia; cantidad de libros y publicaciones lo refuerzan.

Empujados en esta dirección, los diseñadores aplican sus aptitudes y su imaginación para vender galletas para perros, café para diseñadores, diamantes, detergentes, gel para el cabello, cigarrillos, tarjetas de crédito, zapatillas deportivas, cremas tonificantes para el trasero, cerveza light y vehículos todoterreno. El trabajo comercial siempre ha pagado las facturas, pero muchos diseñadores gráficos han permitido que parezca, de alguna manera, que eso es lo que hacen los diseñadores. Esto, en consecuencia, se convierte en cómo el mundo percibe el diseño. El tiempo y la energía de la profesión se utiliza construyendo la demanda de objetos que en el mejor de los casos son innecesarios.

Muchos de nosotros nos sentimos incómodos con esta visión del diseño. Los diseñadores que dedican su esfuerzo principalmente a la publicidad, al márketing y al desarrollo de marcas son defensores, e implícitamente aprueban, un entorno mental tan saturado de mensajes comerciales que está afectando a la manera misma en que los consumidores hablan, piensan, sienten, responden e interactúan. De alguna manera estamos todos colaborando en la redacción de un código de discurso público muy dañino imposible de cuantificar.

14 Cfr. 09DiezmilDiseños, Universidad de Buenos Aires, [www.catedrarico.com.ar](http://www.catedrarico.com.ar)

Hay objetivos que merecen más la pena en los que aplicar nuestros conocimientos de resolución de problemas. Esta crisis medioambiental, social y cultural sin precedentes merece nuestra atención. Muchas intervenciones culturales, campañas de marketing social, libros, revistas, exposiciones, herramientas educativas, programas de Televisión, películas, causas solidarias y otros proyectos de información visual requieren urgentemente nuestra experiencia y nuestra ayuda.

Proponemos un giro de prioridades en favor de una forma de comunicar más útil, duradera y democrática – una mentalidad más alejada del marketing y hacia la búsqueda y producción de un nuevo tipo de significados. El margen de debate se está reduciendo; debe crecer. Nadie responde al consumismo; éste debe ser desafiado por otras perspectivas expresadas, en parte, a través del lenguaje visual y de los recursos del diseño.

En 1964, 22 profesionales de la comunicación visual firmaron el manifiesto original para dar un uso más responsable a nuestro talento. Con la explosión de la cultura global de la comunicación, su mensaje es hoy más urgente. Hoy, renovamos su manifiesto con la esperanza de que no pasen muchas décadas antes de que se haga realidad.

La actividad del diseñador como productor de imágenes sociales es bella, es la felicidad del intercambio, de temas compartidos con personas y con comunidades que luchan con generosidad en este terreno. ¡Qué placer poder expresar la propia singularidad cuando uno trata un tema! Establecer un diálogo entre las diversas culturas, un internacionalismo de las comunidades. Resistir y combatir la globalización del capital y su carrera hacia la guerra económica puede producir alegría. Frente a la dominación de los mercados y las guerras económicas que libran entre sí los depredadores capitalistas, debemos elegir nuestras actividades, nuestras vidas, porque para difundir su ideología ellos necesitan de la complicidad de los productores de símbolos y de las representaciones de su sistema. Es decir, de gente como nosotros: diseñadores, escritores, técnicos, “vendedores ambulantes”, etcétera. Para existir debemos resistir.

### Los mitos del diseño (Edugrafología)

En *Edugrafología*, el diseñador y educador Victor Papanek hace un examen detallado de una serie de mitos, creados o propiciados por la educación y el *establishment* del diseño, que, mediante la perpetuación de estos mitos, alejan al diseño de las personas. Papanek aporta unas soluciones, que son mitad propuesta, mitad expresión de deseos, para desmitificar el diseño. La vehemencia y la urgencia con que Papanek resume las líneas básicas de su teoría – “lo único que hacen los hombres sanos es diseñar” – desestima cualquier confusión y se define claramente, a pesar de algunas contradicciones y tibiezas, como una furiosa declaración de principios acerca del rol social del diseñador y de la manera de llevar a cabo sus actividades.

Los mitos de los que habla Papanek son:

El mito de que el diseño es una profesión, El mito de que los diseñadores tienen buen gusto, El mito de que el diseño es una mercancía, El mito de que el diseño es para la producción, El mito de que el diseño es para las personas, El mito de que el diseño soluciona problemas,

El mito de que los diseñadores tienen habilidades especializadas que se desarrollan durante seis años de educación especializada, El mito de que el diseño es creativo, El mito de que el diseño satisface necesidades, El mito de que el diseño es temporal

*Quieren que la producción se limite a las "cosas útiles", pero olvidan que de la producción de demasiadas cosas "útiles" resultan demasiadas personas "inútiles".*  
Karl Marx

Según Papanek el diseño está "alejado de las personas y del mundo real", es clasista, trivial y aburrido. "Los de arriba no están en contacto con nosotros, los de abajo" afirma Papanek y de esta manera se ubica en el lado de "las personas que creen que el diseño ya no les sirve" evitando autodefinirse, aunque sea implícitamente, como diseñador. Como reacción a esta separación entre el diseño y las personas, el *establishment* del diseño crea por un lado una enorme gama de nuevos rótulos para nombrar una actividad que en esencia no ha cambiado, y por otro lado, una actitud de aquí-no-ha-pasado-nada y sigamos adelante.

Su texto tiene la forma de una profunda crítica social, cuyo propósito inequívoco es colaborar con la transformación de un modo de pensar y de actuar. Por eso vale la pena detenerse en su denuncia del "monopolio de conocimientos" ejercido por el "establishment del diseño", así como en la manipulación del lenguaje y de los ámbitos de influencia, que el diseño gráfico, el diseño industrial y la publicidad necesitan tomar por asalto y cercar para recrear sus mitos. Haciendo referencia al segundo mito Papanek escribe: "El mito de que los diseñadores tienen buen gusto. Oficialmente, es cierto que parece que los diseñadores tienen buen gusto (aunque vaya uno a saber qué se quiere decir con eso)", esta vaguedad parece conscientemente buscada para evitar el análisis, la frase casi carece de sentido; aún así aquello que se quiere denotar resulta evidente.

La interacción de los diseñadores con las personas comunes, la investigación de intereses y necesidades, la predisposición del diseñador a supeditar su trabajo a otro tipo de prioridades, son algunas de las *soluciones*, "maneras de devolver el diseño al cauce central de la vida".

Para Papanek el diseñador no puede ser un *flaneur*, un observador pasivo y de guante blanco: su deber, su función, no es tanto la de diseñar como la de accionar en el interior de la matriz social. De allí la preocupación de Papanek por que los usuarios y los diseñadores formen coaliciones, por no fabricarle a los consumidores nuevas necesidades, por no alimentar su adicción a los productos, en última instancia por lograr que cada individuo intervenga activamente en los distintos procesos creativos de los que podría participar.

El proverbio chino que Papanek cita al final de su artículo, sintetiza, con todas sus características – humanismo, sencillez fáctica, cierta dosis de indispensable ingenuidad –, los postulados esenciales que recorren todo el texto:

*Oigo y olvido,  
veo y recuerdo,  
hago y comprendo.*

Definitivamente, el diseño hace parte de la vida del hombre de hoy, tecnificado, necesitado

## EL DISEÑO GRÁFICO: del oficio a la profesión

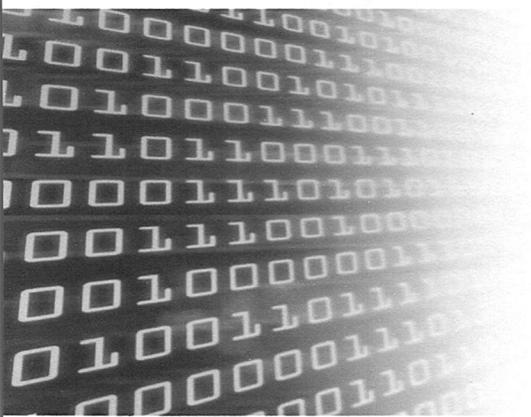
de comunicación, de imagen, de soluciones visuales, de propuestas gráficas, de alternativas y de una urgente toma de conciencia sobre su vida en el planeta que está acabando, como habla Papanek, volver a una función social y esto no es el trabajo con los menos favorecidos –como se entiende muchas veces el carácter “social”- sino con los más necesitados de una comunicación efectiva con su entorno, no siempre creando necesidades susceptibles de comprar, sino con la responsabilidad de ser un ente de información y notificación de lo que pasa con la sociedad en donde cada uno está sumergido.

Finalmente, el diseño tiene su historia, la está construyendo, tiene un pasado y una evolución que muchas veces se aleja de sus propios objetivos pero que camina en búsqueda de pasar del oficio a la profesión generando preguntas, formulando proyectos de investigación, proponiendo una epistemología que muchos teóricos se niegan pues consideran que somos simples productores de soluciones gráficas para problemas de mercadeo y publicidad, instrumentos de comunicación que aplicamos unas cuantas leyes gramaticales con la imagen y el color.

Es posible considerar que vamos más allá, que si el mundo entero está volcado hacia el diseño y la comunicación visual es porque ve en nosotros una nueva forma de incidencia social frente a procesos de concientización, de información, de entretenimiento, de construcción de nuevas propuestas estéticas cercanas al arte pero hermanas de la tecnología.

Ese es el camino que hemos trazado en el Programa de Tecnología en Diseño y Producción Gráfica durante 14 años de trabajo en constante búsqueda de una meta disciplinar y que ahora, con el Programa Profesional de Diseño Gráfico, queremos cimentar con una propuesta filosófica que se pueda permear en todo el quehacer y proyección de nuestros diseñadores uniteistas.





**SEGUINDO**



## LOS PROGRAMAS, LO QUE NOS UNE Y DIFERENCIA

El texto comparativo va a tener los parámetros en donde aparecen las diferencias y el texto superior que realmente ofrece diseño gráfico a nivel profesional en el mundo de Bogotá: el primer texto que nos muestra el objetivo de la misión de cada programa de nivel profesional y el laboral, las competencias básicas y específicas adicionales que en sí mismo se manejan para definir al egresado y una información administrativa como: valores, intencionalidad y un tercer apartado de comparación, el más importante, información académica en donde miramos las áreas del conocimiento y los componentes que nos define la Resolución Oficial para Diseño con sus respectivas mallas y los perfiles de los egresados de cada institución.

# SEGUNDO

El primer punto que se muestra está tomado de la información que viene en la revista del Estudiante de la Universidad de Bogotá y que se encuentra en el capítulo de la Universidad de Bogotá con los datos de cada una de las instituciones y programas.

**No es la competencia lo que preocupa, es la calidad de las propuestas que han salido últimamente al mercado, instituciones con tradición en otras ciencias que ven la oportunidad con Diseño Gráfico de llenar sus arcas ofreciendo un programa que tiene una gran demanda actualmente.**

Es necesario hacer una comparación objetiva sobre los distintos aspectos que competen a la conformación de programas profesionales, la misión, los perfiles, el plan de estudios, los énfasis y perfiles de egresados y, de manera lógica, confrontarlo con el de la Corporación Universitaria Unitec pues hacemos parte de ese universo.

Finalmente, se busca la situación competitiva de nuestro Programa pero con el propósito de formular una segunda fase de esta investigación: la propuesta de una “escuela de diseño” que permita la conformación de postulados que procuren la formulación de la disciplina, que aporte parámetros en la construcción como profesión, que pasemos de “dictar clase” a la formulación de teorías estéticas con una identidad propia, con un lenguaje que hable de nuestra gente, de su pensamiento, de la forma cómo hace las cosas y hacerlas conocer con un lenguaje universal.

## LOS PROGRAMAS, LO QUE NOS UNE Y DIFERENCIA

Nuestro cuadro comparativo va a tener tres parámetros en donde aparecen las 8 instituciones de Educación Superior que actualmente ofrecen diseño gráfico a nivel profesional en la ciudad de Bogotá: el primero, información básica en donde miramos el objetivo o la misión de cada programa, el perfil profesional y el laboral, las competencias básicas y alguna información adicional que en algunos se consigna para orientar al aspirante. El segundo, una información administrativa sobre créditos, valores, inscripción. Y un tercer parámetro de comparación, el más importante, información académica en donde miramos las áreas del conocimiento o los componentes que nos obliga la Resolución Oficial para Diseño con sus respectivas materias y los posibles énfasis o perfiles diferenciales.

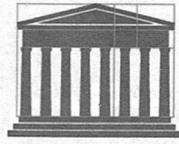
## SEGUNDO

El primer cuadro que se muestra está tomado de la información que viene en la Revista del Estudiante edita en este mismo año y que se transcribe tal y cual aparece en ella a manera de comparación con los datos obtenidos en físico, visitando cada institución y recogiendo los folletos.

El segundo cuadro que se muestra está tomado de la información que viene en la Revista del Estudiante edita en este mismo año y que se transcribe tal y cual aparece en ella a manera de comparación con los datos obtenidos en físico, visitando cada institución y recogiendo los folletos.

El tercer cuadro que se muestra está tomado de la información que viene en la Revista del Estudiante edita en este mismo año y que se transcribe tal y cual aparece en ella a manera de comparación con los datos obtenidos en físico, visitando cada institución y recogiendo los folletos.

El cuarto cuadro que se muestra está tomado de la información que viene en la Revista del Estudiante edita en este mismo año y que se transcribe tal y cual aparece en ella a manera de comparación con los datos obtenidos en físico, visitando cada institución y recogiendo los folletos.



Corporación  
Escuela  
De **Artes**  
Y **Letras**

**Institución Universitaria**

Personería Jurídica No. 6272 / 83 M.E.N. - Resolución 415 Febrero 6 de 2007 M.E.N.



[www.artesy letras.com.co](http://www.artesy letras.com.co)

Programa Profesional Universitario

## Diseño Gráfico

SNIES 53867 - Resolución 4626 del 18 de Julio de 2008 / Ministerio de Educación Nacional

Con Énfasis en:

- Editorial.
- Animación.
- Gerencia.

# \_Diseño Gráfico

25 años

¡Yo soy de la Andina!  
S 2'396.000

**A** **FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA**  
Personería Jurídica Res. 22215 Mineducación Dic. 9-83  
*Para personas con proyección*

## Objetivo General

Formar Diseñadores Gráficos estructurados conceptualmente, con conocimientos estéticos y herramientas tecnológicas para crear diversidad de propuestas visuales, con alto compromiso social, estableciendo parámetros para la puesta en marcha de una cultura gráfica dentro del entorno nacional e internacional, partiendo de la investigación y el estudio del contexto, con la finalidad de hacer legible el mundo de la comunicación visual.

### CENTRO DE ADMISIONES Y PROMOCIÓN

Cra. 16 No. 63A - 68  
PBX. 2544750 ext. 4183  
5423141- 2544797  
[www.ulibertadores.edu.co](http://www.ulibertadores.edu.co)  
Bogotá D.C. Colombia

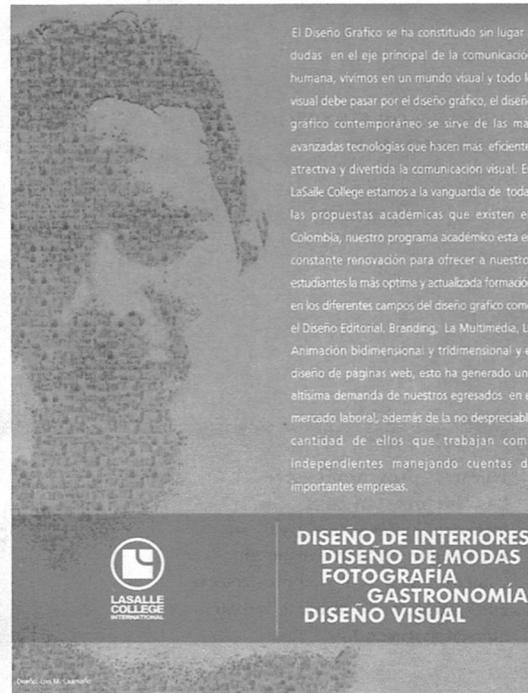
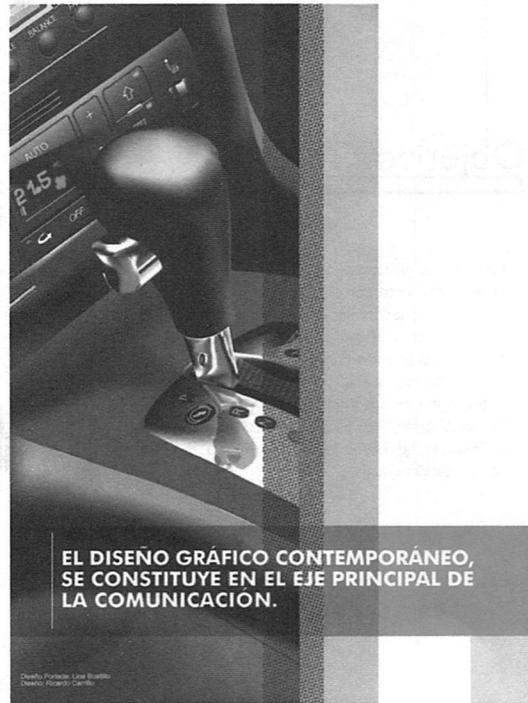
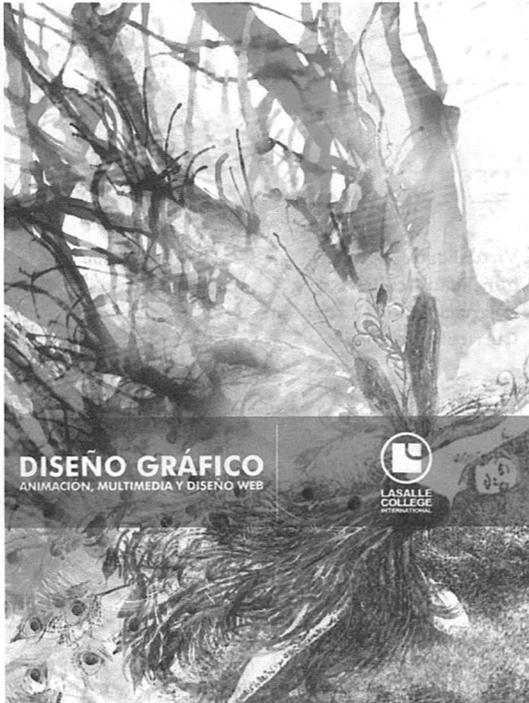
*Toma el camino de los mejores,  
toma el camino de Los Libertadores.*

Nuestros programas están basados en estándares internacionales y se apoyan en tecnologías de la información y la comunicación para desarrollar competencias de alta calidad en nuestros egresados.

## Diseño Gráfico

Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Título Profesional: Diseñador(a) Gráfico(a)  
Código SNIES 9399 Registro Calificado

**Virtualidad**  
**Movilidad Académica**  
**Formación por Competencias**  
**Currículo Flexible**



# PREGRADO

## Diseño Gráfico

**Diseño**  
Es convertir la fantasía en realidad

**UNAN**  
UNIVERSIDAD  
ANTONIO NARIÑO



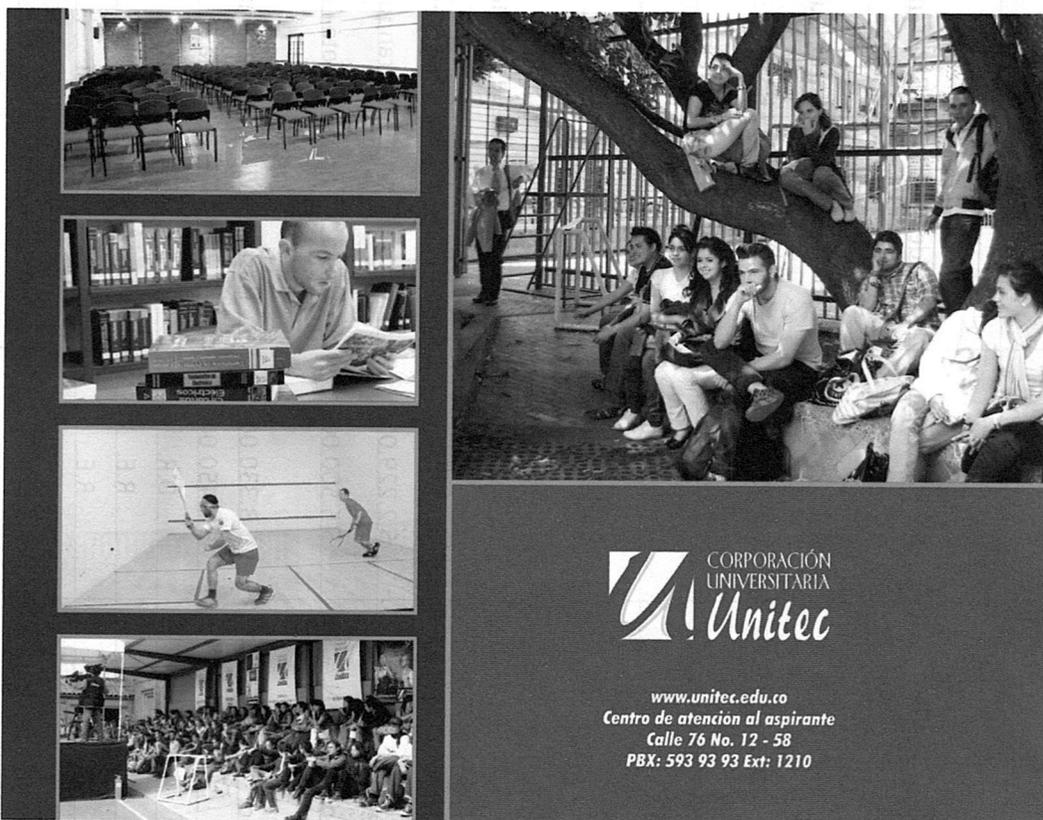
[www.unipiloto.edu.co](http://www.unipiloto.edu.co)

Código SNIES: 53260.  
Registro Calificado Res. M.E.N. 7333 del 29 de Nov. de 2007.



**DISEÑO GRÁFICO**

EL DISEÑO GRÁFICO: del oficio a la profesión



**CORPORACIÓN  
UNIVERSITARIA  
Unitec**

[www.unitec.edu.co](http://www.unitec.edu.co)  
Centro de atención al aspirante  
Calle 76 No. 12 - 58  
PBX: 593 93 93 Ext: 1210



**Escuela de Artes  
y Ciencias de la  
Comunicación**

**CORPORACIÓN  
UNIVERSITARIA  
Unitec**

**Diseño y  
Producción Gráfica**

**Programa Tecnológico**  
Registro Calificado: 16601

**PROFESIONAL DISEÑO GRAFICO**

FACULTAD	INSTITUCIÓN	DURACION	JORNADA	VR. MATRICULA	INSCRIPCIÓN	CIUDAD
Diseño Gráfico	Corporación Colegiatura Colombiana	8	D	\$ 277000 V.C.	Hasta 30-IV	Medellín
Diseño Gráfico	Cor. Escuela de Artes y Letras Ins. Universitaria	151 créd.	D	\$ 2.750.000	Hasta 31-VII	Bogotá
Diseño Gráfico	Cor. Universitario de Investigación y desarrollo (Udi)	9	D	\$ 1.927.000	Desde 23-IV	Bucaramanga
Diseño Gráfico	Corp. Universitaria Unitec	9	D/N	\$ 2.300.000	Hasta 26-VI	Bogotá
Diseño Gráfico	Fundación Universidad del Norte	8	D	\$ 4.177.400	Hasta 20-V	Barranquilla
Diseño Gráfico	Fundación Universitaria del Área Andina	8	M	\$ 2.396.000	I.P.	Bogotá
Diseño Gráfico	Fundación Universitaria del Área Andina	8	D	\$ 2.502.000	04-V A 11VII	Pereira
Diseño Gráfico	Fundación Universitaria los Libertadores	8	N.A.	\$ 2.555.000	Hasta 21-VI	Bogotá
Diseño Gráfico	Institución Universitaria Cesmag	10	D	\$ 1.506.000	06-V a 16-VII	Pasto
Diseño Gráfico	Institución Universitaria Bellas Artes y Ciencias de Bolívar	8	D	D.R.	Hasta 30-V	Cartagena
Diseño Gráfico	Instituto Departamental de Bellas Artes	10	D	D.R.	Hasta 29-V	Calí
Diseño Gráfico	Universidad Autónoma del Caribe	8	D	\$ 2.229.000	Hasta 24-VII	Barranquilla
Diseño Gráfico	Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano	142 créd.	N.A.	\$ 5.500.000	Hasta 16-VII	Bogotá
Diseño Gráfico	Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano (Secc. Caribe)	142 créd.	D	\$ 3.330.000	Hasta 16-VII	Cartagena
Diseño Gráfico	Universidad de Boyaca	9	D	\$ 2.450.000	20-V a 24-VII	Tunja
Diseño Gráfico	Universidad de Nariño	10	D	D.R.	01-V A 31-V	Pasto
Diseño Gráfico	Universidad del Cauca	10	D	R.E.	Hasta 13-V	Popayán
Diseño Gráfico	Universidad del Valle	153 créd.	D	R.E.	01-V A 31-V	Calí
Diseño Gráfico	Universidad Piloto de Colombia	8	Única	\$ 4.722.000	Hasta 30 -VI	Bogotá
Diseño Gráfico	Universidad Pontificia Bolivariana	10	D	\$ 263172 V.C.	Hasta 15 - V	Medellín

Diseño Gráfico	Universidad Nacional de Colombia	8	D	R.E.	N.E.	Bogotá
----------------	----------------------------------	---	---	------	------	--------

### TECNOLOGÍA EN DISEÑO GRAFICO

	INSTITUCIÓN	DURACION	JORNADA	VR. MATRICULA	INSCRIPCIÓN	CIUDAD
Animacion 3D	Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena)	22 meses	M	GRATIS	Desde 01 -VI	Colombia
Diseño Gráfico	Cor. Universal de Inv.y Tecnología (Coruniversitec)	6	M	\$ 1.422.448	I.P.	Bogotá
Diseño Gráfico	Cor. Universitaria de Investigación y Desarrollo (Udi)	6	N	\$ 850.000	Desde 23 -IV	Bucaramanga
Diseño Gráfico	Corporación Universitaria del Meta	6	D/N	\$ 917.000	Hasta 03 - VII	Villavicencio
Diseño Gráfico	Corporación Universitaria Remington	6	N.A.	\$ 1.108.000	I.P.	Medellín
Diseño Gráfico	Institución Universitaria Salazar y Herrera	6	M	\$ 1.326.000	I.P.	Medellín
Diseño Gráfico	Universidad Autónoma del Caribe	6	D	\$ 1.933.000	Hasta 24 -VII	Barranquilla
Diseño Gráfico Publicitario	Corporación Academia Superior de Artes	6	D/N	\$ 1.600.000	N.E.	Medellín
Diseño Gráfico Publicitario	Universidad de Santander (Udes)	6	D/N	\$ 772.000	I.P.	Bucaramanga
Diseño Gráfico Publicitario	Universidad de Santander (Udes)	6	D/N	\$ 805.000	Hasta 31 - vii	Cúcuta
Diseño Gráfico y Multimedia	Esc. Sup. De Administración y Estudios Tecnológicos (Eae)	5/6	D/N	\$ 846.000	15 - V a 20 - VII	Calí
Diseño por Computador	Universidad Cooperativa de Colombia	6	D	\$ 891.765	Hasta 30 - VI	Medellín
Diseño Visual	Fundación Universitaria Panamericana	7	D/N	\$ 1.588.100	Hasta 24 - VII	Bogotá
Diseño y Producción Gráfica	Corporación Universitaria Unitec	6	D/N	\$ 1.805.000	Hasta 26 - VI	Bogotá
Edición y Animación de Medios Audiovisuales	Corporación Academia Superior de Artes	6	D	\$ 1.600.000	N.E.	Medellín
Gráfica Digital	Corporación Educativa Instituto Superior de Artes	7	D	\$ 1.880.000	Hasta 30 - VI	Medellín
Gráfica Digital	Fundación Universitaria Luis Amigó (Funlam)	98 créditos	M	\$ 905.450	I.P.	Bogotá

Producción de Medios Audiovisuales Digitales	Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena)	24 meses	M	GRATIS	Desde 01 - VI	Colombia
Producción Digital para Medios Impresos y Electrónicos	Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano	103 créditos	N.A.	\$ 3.000.000	Hasta 16 - VII	Bogotá
Producción Multimedia	Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena)	24 meses	M	GRATIS	Desde 01-VI	Colombia
Técnicas de Des. Gráfico de Proyectos de Construcción	Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena)	24 meses	M	GRATIS	Desde 01-VI	Colombia

**INFORMACION ADMINISTRATIVA**

INSTITUCIÓN	TITULO	CREDITOS	VALOR MATRICULA	INSCRIPCION	JORNADA	ESTUDIANTES	PRACTICA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA	DISEÑADOR GRAFICO	158			DIURNA		
UNIVERSIDAD DE BOGOTA JORGE TADEO LOZANO	DISEÑADOR GRAFICO	142	5.500.000	102.000	DIURNA		
UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA	DISEÑADOR GRAFICO	133	4.722.000	74.000	DIURNA		
UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO	DISEÑADOR GRAFICO	160	2.940.000	89.000			
FUNDACION UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES	DISEÑADOR GRAFICO	148	2.556.000	63.000			OBLIG. 4 CR.

FUNDACION UNIVERSITARIA DEL AREA ANDINA	DISEÑADOR GRAFICO	155	2.396.000	83.000	D / N	
CORPORACION ESCUELA DE ARTES Y LETRAS, INSTITUCION UNIVERSITARIA	DISEÑADOR GRAFICO	151	2.750.000	79.400	D / N	OBL. 6 CR.
CORPORACION UNIVERSITARIA UNITEC	PROFESIONAL EN DISEÑO GRAFICO	153	2.300.000	55.000	D / N	OBLIGATORIA

El menor número de créditos y el mayor precio están ubicados en la Tadeo Lozano y el mayor número de créditos lo tiene la Antonio Nariño, con 160. Pero en general, todas las instituciones estamos dentro de los rangos establecidos para los programas universitarios. En lo que se encuentra una gran variedad es en la parte económica que va desde los 5 millones y medio hasta dos millones trescientos que ofrece Unitec. Cabe destacar, que instituciones, ante la situación económica, han desplegado una gran variedad de opciones de financiación, pero que la publicidad que se hace en cada una de ellas, es muy básica, aunque estemos hablando de carreras de diseño gráfico en donde el material debía distinguirse por la calidad de la comunicación visual. Aspecto que ampliaremos más adelante.

INSTITUCIÓN	OBJETIVO/MISION	PERFIL PROFESIONAL	PERFIL LABORAL
UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA	<p>Formar profesionales cuyas competencias y habilidades le permitan ocuparse del estudio, creación, ordenamiento, planeación y producción de elementos gráficos y procesos de comunicación visual en función de las necesidades de la sociedad. El profesional debe disponer de una formación técnica, estética, teórica y de humanística que le permitan contribuir en la construcción de un entorno visual con valores estéticos y culturales</p>	<p>El Diseñador Gráfico es requerido en ámbitos relacionados con la comunicación visual y la producción gráfica. Tiene la competencia para participar en la formulación y desarrollo de proyectos de investigación relacionados con la historia y teoría de la imagen y la comunicación o el desarrollo de proyectos experimentales de creación, gráfica y visual. Se puede desempeñar también en la docencia.</p>	<p>Campos de acción: Diseño editorial (libros, revistas, periódicos y demás publicaciones en medios impresos o electrónicos), Identidad Visual (marcas, símbolos, logotipos, programas de identidad), Diseño publicitario (Campañas y piezas publicitarias en diferentes medios y soportes), Diseño audiovisual (Cine, TV, video y Web), Diseño aplicaciones electrónicas e interactivas (internet, multimedia), Diseño para objetos (empaques, aplicaciones tridimensionales, gráfica aplicada a objetos industriales), Diseño para el entorno (señalización, exposiciones, avisos, interfases virtuales) Campos de especialización: Diagramación, Diseño tipográfico, Ilustración, Fotografía, Animación, Multimedia</p>

UNIVERSIDAD DE BOGOTA JORGE  
TADEO LOZANO

La estructura del Programa implica la definición de los principios y cimientos necesarios para la consolidación del saber con el fin de aportar sólidas herramientas conceptuales, necesarias para la formación profesional de alta calidad que no pierde de vista el problema de lo humano en la academia. En términos del plan de estudios se ha concebido que el diseño gráfico, al tiempo que es una actividad productora de vehículos visuales, tiene en su base un soporte teórico que fortalece dicha producción. Así, el plan contiene tres ejes fundamentales: básico, humanístico, específico y una línea de idioma extranjero.

El egresado del Programa utiliza medios visuales y audiovisuales para lograr una eficiente comunicación orientada a actividades como la educación, el comercio, el entretenimiento y, en general, en todos los ámbitos de la cultura. Realiza diseño editorial, bien sea para medios impresos o electrónicos. Adelanta el diseño de Identidad Visual, lo cual permite reconocer y distinguir diferentes empresas, productos o servicios de otros. Hace producciones en animación tradicional o dibujo animado, en animación digital y en multimedia. El cine, la televisión y la Internet usan estos medios para transmitir mensajes, o propiciar la recreación y el esparcimiento y garantizar que la información y la comunicación se desarrollen adecuadamente. El medio urbano, arquitectónico y digital se enriquece con las actividades del profesional en diseño gráfico en el ámbito de la orientación gráfica, que permite recorrer con facilidad espacios físicos o digitales gracias a señales adecuadas.

<p>UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA</p>		<p>El diseñador gráfico de la Universidad Piloto de Colombia orienta la formación profesional hacia un perfil humano en que sean relevantes la competencia de iniciativa social y espíritu emprendedor con razonamiento crítico. Así mismo, debe ser capaz de “ver” la realidad con actitud respetuosa, responsable, indagadora, realizar diagnósticos en proyectos de comunicación gráfica, aprender la síntesis creadora del trabajo del diseño y actuar con creatividad y sentido profesional en la gestión, resolución y evaluación de proyectos, sean de carácter institucional, de índole cultural o de desarrollo social. Debe, también, poseer motivación por la calidad en su desempeño, el desarrollo autónomo y ético como profesional y una alta sensibilidad hacia los temas medioambientales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El desempeño profesional del Diseñador Gráfico se desarrolla preferentemente en:</li> <li>• Medios de comunicación masiva: canales de televisión, prensa escrita y editoriales.</li> <li>• Servicios: agencias de diseño, consultoras y oficinas.</li> <li>• Instituciones: entidades gubernamentales y regionales, educativas, culturales, ONG s.</li> <li>• Empresas: departamentos de marketing, comunicaciones y diseño.</li> <li>• Centros de diseño de material educativo.</li> <li>• Productoras audiovisuales</li> <li>• Ejercicio libre de la profesión.</li> </ul>
---------------------------------------	--	---	---

<p>UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO</p>	<p>El programa de Diseño Gráfico de la Universidad Antonio Nariño, tiene como fin principal, formar profesionales en el campo del Diseño Gráfico con competencias de desempeño en el área de producción de imágenes en los diferentes medios de expresión, con una conciencia ecológica, ética y cultural, quienes aportarán soluciones concretas a las problemáticas regionales, con mentalidad innovadora, al desarrollo de la gráfica nacional, y a la vez, con proyección internacional.</p>		<p>Teniendo en cuenta que el Diseño Gráfico se encuentra en todo y en todas partes, el Diseñador Gráfico de la UAN es un artista comercial y práctico que domina la imagen de uso cotidiano, en ordenamiento y señalización, etiquetas de productos, imágenes corporativas, periódicos, libros, revistas y todos los productos digitales. Se apropia de los medios impresos y digitales como herramientas por medio de las cuales se expresa y hace visibles sus ideas, hace propuestas, cuenta historias, vende productos, indica direcciones, alerta e informa cuanto necesite y esté a su alcance.</p>
<p>FUNDACION UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES</p>	<p>Formar diseñadores gráficos estructurados conceptualmente, con conocimientos estéticos y herramientas tecnológicas para crear diversidad de propuestas visuales, con alto compromiso social, estableciendo parámetros para la puesta en marcha de una cultura gráfica dentro del entorno nacional e internacional, partiendo de la investigación y el estudio del contexto, con la finalidad de hacer legible el mundo de la comunicación visual.</p>	<p>El diseñador gráfico de Los Libertadores es un profesional creativo fundamentado conceptualmente, con capacidad de síntesis y disciplina investigativa; competente para comunicar a través de la imagen sensible y versatil para la expresión gráfica, apoyado en su dominio conceptual y manejo de los recursos tecnológicos.</p>	<p>El profesional en diseño gráfico se puede desempeñar como comunicador visual, impresor, fotógrafo, ilustrador, arte finalista, diagramador creativo, director de arte, creativo de material P.O.P., diseñador de empaques y profesional independiente free - lance. Está en capacidad de ejercer labores como asistente en diseño de interiores, diseño industrial, diseño de stand y vitrinas, escenografías y medios audiovisuales. Maneja información gráfica y visual donde se abarca todo lo referente a diagramación de textos, gráficos, formatos de papelería, logos - símbolos y marcas, señalización, imagen corporativa, animación, story board, diseñador multimedia, off - line y diseño para televisión.</p>

<p>FUNDACION UNIVERSITARIA DEL AREA ANDINA</p>	<p>Tiene como misión formar profesionales capaces de comunicar ideas y conceptos por medio de mensajes visuales, usando una variedad de medios impresos, electrónicos y de multimedia para crear o recrear proyectos que atiendan a determinadas necesidades comunicacionales, a partir de un permanente acercamiento a la problemática de la profesión, con un fuerte espíritu emprendedor y analítico, así como un alto grado de humanismo.</p>	<p>Posee un alto sentido de la estética y desarrolla competencias creativas, comunicativas e investigativas, que le permite integrarse a equipos de trabajo responsables del componente relacionado con la proyección y la creación de imágenes y ambientes visuales factibles social, técnica y económicamente, dentro de proyectos de desarrollo empresarial y social.</p>	<p>El egresado estará en capacidad de crear y gestionar información gráfica y visual perteneciente a las necesidades sociales y empresariales detectadas; coordinar programas de identidad visual; investigar y formular propuestas gráficas y visuales, dirigir o participar en grupos interdisciplinarios que requieren y trabajan con información gráfica y visual, y dirigir procesos de aprendizaje en áreas relacionadas con el diseño gráfico. Director de arte, editor gráfico, creativo, ilustrador, diagramador, productor de medios audiovisuales, asesor de imagen corporativa, gerente de proyecto, investigador de innovaciones, supervisor de proyectos.</p>
<p>CORPORACION ESCUELA DE ARTES Y LETRAS, INSTITUCION UNIVERSITARIA</p>	<p>Formar profesionales pragmáticos e integrales, que sean competitivos u humanamente responsables a través de una fundamentación académica sólida en lo conceptual y en el manejo de la tecnología de punta, vivenciando la transmisión de los valores más importantes para la sociedad.</p>	<p>Un egresado posee las habilidades y las destrezas para diagnosticar, planear y diseñar soluciones prácticas y creativas a problemas de comunicación visual y expresión gráfica a través de un proceso metodológico consiente, que determine todas las variables del diseño el cual da como resultado propuestas factibles de ser realizadas tanto técnica como económicamente. De igual forma podrá liderar equipos de trabajo hacia la consecución de objetivos propuestos</p>	<p>El Diseñador Gráfico posee habilidades y destrezas necesarias para desempeñarse en el ámbito de las empresas editoriales, agencias de publicidad, en el diseño, diagramación e ilustración y en la creación e implementación de sistemas de identidad visual corporativa. Así mismo está capacitado para desempeñarse en el ejercicio independiente de la profesión como diseñador, investigador o asesor y consultor gráfico, está en la capacidad de diseñar piezas gráficas, dibujar, animar, seleccionar medios, ilustrar, preparar material para impresión, gestionar, mercadear, persuadir, para dar respuestas a problemas de comunicación visual.</p>

<p>CORPORACION UNIVERSITARIA UNITEC</p>	<p>El Programa de Diseño Gráfico de Unitec forma profesionales competentes en el diseño y la producción de la comunicación visual a través de un lenguaje creativo e innovador con el uso adecuado de tecnologías digitales. Desarrolla habilidades en planeación, gestión y realización de proyectos de diseño gráfico para una comunicación globalizada y sin fronteras.</p>	<p>El diseñador gráfico uniteista se distingue por tener competencia en el manejo conceptual, funcional y estético de la imagen. Con habilidad en el uso de tecnologías digitales para el diseño y la producción de proyectos gráficos en la realización de la comunicación visual. Su formación integral lo habilita para el desarrollo e implementación de propuestas de investigación, asesoría y consultoría gráfica desde su propio entorno con proyección social.</p>	<p>El profesional en Diseño Gráfico trabaja como creativo gráfico en el sector editorial, el estudio gráfico, una empresa o un organismo público, la agencia de publicidad o el desarrollo de su profesión independiente.</p> <p>Un diseñador gráfico realiza proyectos de comunicación corporativa, gráfica editorial, diseño de empaques, ilustración análoga o digital y gráfica publicitaria.</p> <p>Su manejo de herramientas digitales lo hace competente para el diseño de propuestas de imagen en movimiento que permitan la correcta interpretación de mensajes gráficos y visuales, con una múltiple opción laboral en la televisión, el cine y proyectos multimediales.</p> <p>Desarrolla habilidades para la planeación y conceptualización de proyectos de investigación, asesoría y consultoría gráfica.</p>
---	--	---	--

A continuación, resumimos los anteriores cuadros con el propósito de dejar las palabras claves en cada texto y poder cotejarlos con lo que está plasmado en las mallas curriculares. De igual forma, cruzar esta información con los perfiles laborales y determinar si las diferentes Instituciones tienen un perfil específico y este se evidencia en su misión y sus objetivos.

INSTITUCIÓN	OBJETIVO/MISION	PERFIL PROFESIONAL
UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA	estudio, creación, ordenamiento, planeación y <u>producción</u>	proyectos de <u>investigación</u> relacionados con la historia y teoría de la imagen Se puede desempeñar también en la <u>docencia</u> .
UNIVERSIDAD DE BOGOTA JORGE TADEO LOZANO	<u>productora de vehículos visuales</u> , tiene en su base un soporte teórico que fortalece dicha <u>producción</u> .	
UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA		espíritu emprendedor con razonamiento crítico. actitud respetuosa, responsable, indagadora, motivación por la calidad en su <u>desempeño</u> .
UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO	con una conciencia ecológica, ética y cultural, <u>con mentalidad innovadora</u> ,	
FUNDACION UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES	estructurados conceptualmente, con conocimientos estéticos y herramientas <u>tecnológicas</u>	con capacidad de síntesis y disciplina investigativa; competente para comunicar a través de la imagen <u>sensible y versatil</u> para la <u>expresión gráfica</u> ,
FUNDACION UNIVERSITARIA DEL AREA ANDINA	con un fuerte espíritu emprendedor y analítico, <u>así como un alto grado de humanismo</u> .	Posee un alto sentido de la estética y desarrolla competencias creativas, comunicativas e <u>investigativas</u> ,
CORPORACION ESCUELA DE ARTES Y LETRAS, INSTITUCION UNIVERSITARIA	pragmáticos e integrales, que sean competitivos u humanamente responsables y en el manejo de <u>la tecnología de punta</u> .	para diagnosticar, planear y diseñar soluciones prácticas y creativas, <u>todas las variables del diseño</u>
CORPORACION UNIVERSITARIA UNITEC	el diseño y la producción de la comunicación visual   uso adecuado de tecnologías digitales. planeación, gestión y realización de proyectos de <u>diseño</u>	el manejo conceptual, funcional y estético de la imagen. Con habilidad en el uso de tecnologías digitales propuestas de investigación, asesoría y <u>consultoría gráfica</u>

La Universidad Nacional habla de estudio, creación, ordenamiento, planeación y producción, en proyectos de investigación y remata su párrafo anotando que se puede desempeñar como docente, esto haría pensar en algunas materias relacionadas con la pedagogía que no tiene en su plan de estudios. Si colocamos un perfil determinado es porque la Institución se lo va a brindar, lo va a formar en esa promesa básica. La Universidad Jorge Tadeo se propone como “productora de vehículos visuales” y un soporte teórico que fortalece dicha producción, vamos a ver cuántas y cuáles materias nos hablan de producción gráfica o de finalización de archivos. Además, la palabra producción va en contravía con ese porcentaje tan grande de materias humanísticas. La Universidad Piloto habla de espíritu emprendedor con razonamiento crítico, actitud respetuosa, responsable, indagadora, motivación por la calidad en su desempeño. En Los Libertadores, conceptualmente, conocimientos estéticos y herramientas tecnológicas y utilizan las palabras “imagen sensible y versátil”. El Área Andina anota un alto índice de humanismo, mientras que la Escuela de Artes y Letras adiciona la palabra “pragmático”, estudiando todas las variables de diseño. Unitec, habla de sus dos componentes fundamentales, el diseño y la producción y el manejo conceptual, funcional y estético de la imagen.

Con el análisis de las mallas curriculares vamos a mirar si algunos de estos objetivos, propósitos o consideraciones se cumplen en cada una de las instituciones.

Una nota muy importante para tener en cuenta en este análisis comparativo es el perfil laboral, elemento en donde estamos todos de acuerdo, por cuanto le damos a los diseñadores un abanico muy amplio de opciones de trabajo, lo convertimos en un “todero” y aunque la realidad ha determinado una gran variedad de tareas, se hace indispensable empezar a especializar su conocimiento y campo de acción.

EL DISEÑO GRÁFICO: del oficio a la profesión

INSTITUCIÓN	PERFIL LABORAL
UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA	Diseño editorial, Identidad Visual, Diseño publicitario, Diseño audiovisual, Diseño aplicaciones electrónicas e interactivas, Diseño para objetos , Diseño para el <u>entorno</u>
UNIVERSIDAD DE BOGOTA JORGE TADEO LOZANO	Realiza diseño editorial, Adelanta el diseño de Identidad Visual, Hace producciones en animación tradicional o dibujo animado, en animación digital y en multimedia. El cine, la televisión y la Internet usan estos medios El medio urbano, arquitectónico y digital <u>orientación gráfica.</u>
UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medios de comunicación masiva: canales de televisión, prensa escrita y editoriales.</li> <li>• Servicios: agencias de diseño, consultoras y oficinas.</li> <li>• Instituciones,• Empresas:</li> <li>• Centros de diseño de material educativo.</li> <li>• Productoras audiovisuales</li> <li>• <u>Ejercicio libre de la profesión.</u></li> </ul>
UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO	es un artista comercial y práctico que domina la imagen de uso cotidiano, en ordenamiento y señalización, etiquetas de productos, imágenes corporativas, periódicos, libros, revistas y todos los productos digitales. cuenta historias, vende productos, indica direcciones, alerta e informa cuanto necesite <u>y esté a su alcance.</u>
FUNDACION UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES	comunicador visual, <u>impresor</u> , fotógrafo, ilustrador, arte finalista, diagramador creativo, director de arte, creativo de material P.O.P., diseñador de empaques y profesional independiente free - lance. asistente en <u>diseño de interiores, diseño industrial, diseño de stand y vitrinas, escenografías y medios audiovisuales.</u>
FUNDACION UNIVERSITARIA DEL AREA ANDINA	Director de arte, editor gráfico, creativo, ilustrador, diagramador, productor de medios audiovisuales, asesor de imagen corporativa, gerente de proyecto, investigador de innovaciones, supervisor de <u>proyectos.</u>

<p>CORPORACION ESCUELA DE ARTES Y LETRAS, INSTITUCION UNIVERSITARIA</p>	<p>empresas editoriales, agencias de publicidad, en el diseño, diagramación e ilustración y en la creación e implementación de sistemas de identidad visual corporativa. Así mismo está capacitado para desempeñarse en el ejercicio independiente de la profesión como diseñador, <u>investigador</u> o asesor y consultor gráfico,</p>
<p>CORPORACION UNIVERSITARIA UNITEC</p>	<p>sector editorial, el estudio gráfico, una empresa o un organismo público, la agencia de publicidad o el desarrollo de su profesión independiente. comunicación corporativa, gráfica editorial, diseño de empaques, ilustración análoga o digital y gráfica publicitaria.</p>

A continuación, se transcriben las mallas curriculares de los diferentes programas de diseño gráfico con la información que aparece en Internet o en los folletos que dan en cada una de las Instituciones, como se podrá ver, no todas tienen la misma estructura, anotan los créditos, acogen la organización por componentes de la Resolución Oficial, sino que cada una tiene una metodología para presentar la información y sobre esta base, vamos a realizar la comparación.

Universidad Nacional de Colombia	
Diseño Gráfico - Plan de Estudios	
SEMESTRE	CREDITOS
<b>MATERIA</b>	
PRIMER SEMESTRE	Taller Forma y Estructura
	Teoría de la mirada
	Historia del D.G.: IMAGEN Y PALABRA
	Fundamentos Tecnológicos : Formatos y Medidas
	Expresión visual
	Esquemática básica
	Optativa de Fundamentación
	<b>TOTAL CREDITOS</b>
SEGUNDO SEMESTRE	Taller Sonido y Letra
	Palabra e imagen (semiótica)
	Historia del D.G.: de las Artes al Diseño
	Fundamentos Tecnológicos : Tipografía y Color
	Técnica y lenguaje fotográfico
	Figura humana y representación
	<b>TOTAL CREDITOS</b>
TERCERO SEMESTRE	Taller tipografía: Diagramación y Composición
	Estética y teoría de la imagen
	Historia del D.G.: de los ismos a los medios
	Fundamentos tecnológicos: Color y Producción
	Fotografía e Iluminación
	Bocetación e Ilustración
	<b>TOTAL CREDITOS</b>
CUARTO SEMESTRE	Taller identidad e Imagen Coord.
	Teorías en Comunicación Visual
	Historia del D.G.: Contextos del diseño en Colombia
	Producción en medios impresos
	Diseño y fotografía
	Imagen volumétrica
	<b>TOTAL CREDITOS</b>

QUINTO SEMESTRE		
	Taller orientación y dis. Información	5
	teorías en comunicación visual	3
	Historia del D.G.: Sociedad, cultura y diseño en LA	3
	Producción en medios digitales	3
	gestión empresarial y cultural	3
	Imagen dinámica	3
	<b>TOTAL CREDITOS</b>	<b>20</b>
SEXTO SEMESTRE		
	Taller énfasis I. Taller profundización	3
	Optativa de Fundamentación	3
	Libre elección	3
	Libre elección	3
	Libre elección	4
	Libre elección	4
	<b>TOTAL CREDITOS</b>	<b>20</b>
SEPTIMO SEMESTRE		
	Taller énfasis 2 Taller profundización	3
	Libre elección	4
	<b>TOTAL CREDITOS</b>	<b>19</b>
	OPCION DE GRADO	6
OCTAVO SEMESTRE		
	SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN Y PROYECTO DISEÑO. Seminario trabajo de grado.	3
	<b>TOTAL CREDITOS</b>	<b>9</b>

UNIVERSIDAD DE BOGOTA JORGE TADEO LOZANO			
DISEÑO GRAFICO - PLAN DE ESTUDIOS			
AREAS	MATERIA	CR.	
FUNDAMENTO BASICO	DISEÑO BASICO I	4	
	DISEÑO BASICO II	4	
	DIBUJO BASICO I	3	
	DIBUJO BASICO II	3	
	GESTION ORGANIZACIONAL	4	
	MERCADEO BASICO	4	
	PEDAGOGIA CONSTITUCIONAL	1	
	GEOMETRIA DESCRIPTIVA I	2	
	SEMIOLOGIA I	4	
	SEMIOLOGIA II	4	
	HISTORIA DEL ARTE I	4	
	HISTORIA DEL ARTE II	4	
	HISTORIA DEL ARTE III	4	
	HISTORIA DEL ARTE IV	4	
	TEORIA DE LA PERCEPCION	4	
	TEORIA ESTETICA I	2	
TEORIA ESTETICA II	2	57	
FUNDAMENTO HUMANISTA	HUMANIDADES	2	
	HUMANIDADES	2	
	HUMANIDADES	3	
	HUMANIDADES	3	
	ELECTIVA INTERDISCIPLINARIA I	3	
	ELECTIVA INTERDISCIPLINARIA II	3	16
IDIOMA EXTRANJERO	INGLES I	3	
	INGLES II	3	
	INGLES III	3	
	INGLES IV	3	
	INGLES V	3	
	INGLES VI	3	18

EL DISEÑO GRÁFICO: del oficio a la profesión

FUNDAMENTO ESPECIFICO	TEOR. E HISTORIA DEL DISEÑO	4	
	DISEÑO TIPOGRAFICO	3	
	COMPOSICION GRAFICA	3	
	DISEÑO DE PIUEZAS PROMOCIONALES	3	
	DISEÑO DE MEDIOS EDITORIALES	5	
	DISEÑO DE ORIENTACION GRAFICA	5	
	DISEÑO DE IDENTIDAD VISUAL	5	
	DISEÑO DE MULTIMEDIA	5	
	FOTOGRAFIA	3	
	ILUSTRACION I	2	
	ILUSTRACION II	2	
	FUND. PARA LA COM. AUDIOVISUAL	3	
	ANIMACION I	4	
	ANIMACION II	4	51
43 MATERIAS		142	

Universidad Piloto de Colombia		
Diseño Gráfico - Plan de Estudios		
AREA DE FORMACIÓN	ITINERARIOS	CURSOS
BASICA	Teoría de Investigaciones	Teoría de la percepción, alfabetidad visual
	Historia	Apreciación estética
	Tecnología	Lab. Tecnología Preparatorio
		Lab. Tecnología Preparatorio
	Proyectual	Taller preparatorio I
		Taller preparatorio II
	Expresión	Expresión I
		Expresión II
Representación	Geometría descriptiva	
Idiomas	Inglés I	

<b>PROFESIONAL</b>	Teoría de Investigaciones	Metodología de la Investigación
		Teoría de la Comunicación
	Historia	Estudio del arte del mundo I
		Estudio del arte del mundo II
		Teoría e historia del diseño I
		Teoría e historia del diseño II
	Tecnología	Lab. Tecnología II
	Proyectual	Taller I
		Taller II
		Taller III
		Taller IV
		Práctica empresarial
	Expresión	Expresión III
		Expresión IV
Representación	Fotografía digital I	
Idiomas	Inglés II	
	Inglés III	
	Inglés IV	
	Inglés V	
Orientación y Profundización	Eléctiva básica	
	Eléctiva profesional I	
<b>COMPLEMENTARIA</b>	Teoría de Investigaciones	Metodología proyectual
	Humanidades y Emprendimiento	Diseño y comunicación para el cambio social
	Proyectual	Seminario - taller
	Representación	Fotografía digital II
	Orientación y Profundización	Electividad profesional II
		Electividad de profundización
Electiva de Bienestar	Electiva de bienestar	
<b>EJE FUNDAMENTAL PILOTO</b>	Formación Socio Humanística y Ambiental	Ética y ciudadanía
		Historia de las culturas
		Ambiente y desarrollo sostenible
		Taller de lectura y escritura

EL DISEÑO GRÁFICO: del oficio a la profesión

FUNDACION UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES			
DISEÑO GRAFICO - PLAN DE ESTUDIOS			
AREAS	MATERIA	CR.	
TEORIA E HISTORIA DEL DISEÑO	TEORIA DE LA COMUNICACIÓN	2	
	TEORIA DE LA IMAGEN I	2	
	TEORIA DE LA IMAGEN II	2	
	COMUNICACIÓN VISUAL I	2	
	COMUNICACIÓN VISUAL II	2	
	EXPRESION ORAL Y ESCRITA	2	
	HISTORIA DE LA IMAGEN I	2	
	HISTORIA DE LA IMAGEN II	1	
	HISTORIA DEL DISEÑO I	2	
	HISTORIA DEL DISEÑO II	2	19
DISEÑO	FUND. DEL DISEÑO	3	
	TALLER DE DISEÑO I	4	
	TALLER DE DISEÑO II	3	
	TALLER DE DISEÑO III	3	
	TALLER DE DISEÑO IV	3	
	TALLER DE DISEÑO V	3	
	TALLER DE DISEÑO VI	3	
	TALLER DE DISEÑO VII	4	26
EXPRESION, ILUSTRACION Y FOTOGRAFIA	TALLER DE DIBUJO I	2	
	TALLER DE DIBUJO II	3	
	TALLER DE DIBUJO III	3	
	TALLER DE DIBUJO IV	3	
	TEORIA DEL COLOR	2	
	TECNICA DE EXPRESION	3	
	TALLER DE ILUSTRACION I	3	
	TALLER DE ILUSTRACION II	3	
	TALLER DE ILUST. INFOGRAFICA	2	
	FOTOGRAFIA I	2	
	FOTOGRAFIA II	2	
FOTOGRAFIA III	3	31	

T. DE APLICACIONES TECNOLOGICAS	INTROD. A LA TECNOLOGIA	2	
	GRAFICADORES I	2	
	GRAFICADORES II	2	
	GRAFICADORES III	2	
	ANIMACION I	3	
	ANIMACION II	3	
	WEB Y PROGRAM. PARA DISEÑO	2	
	DISEÑO MULTIMEDIAL	3	19
INVESTIGACION	METODOLOGIA DE LA INVESTIG.	2	
	PROYECTO DE INVESTIG. I	2	
	PROYECTO DE INVESTIG. II	3	
	TRABAJO DE GRADO	3	10
ELECTIVAS	ELECTIVAS DISCIPLINARES	2	
	ELECTIVAS DISCIPLINARES	2	10
ENFASIS DE APLICACIÓN PROFESIONAL	ENFASIS I: MEDIOS IMPRESOS	3	
	ENFASIS II DISEÑO AUDIOVISUAL	3	
	ENFASIS III DISEÑO Y EXPRESION	3	9
GESTION Y PROYECCION SOCIAL	PROYECTO EMPRENDEDOR I	2	
	PROYECTO EMPRENDEDOR II	2	
	LEGISL. COMERCIAL Y LABORAL	1	
	COSTOS	1	
	PRÁCTICAS	4	10
SEMINARIOS	CATEDRA LIBERTADORA	2	
	CONSTITUCION POLITICA	2	
	ETICA	2	6
IDIOMAS	INGLES I	2	
	INGLES II	2	
	INGLES III	2	
	INGLES IV	2	8
			148

Universidad Antonio Nariño			
Diseño Gráfico - Plan de Estudios			
SEMESTRE	MATERIA	CREDITOS	
PRIMER SEMESTRE	Teoría del Color	3	
	Diseño Básico	4	
	Diagramación I	3	
	Descriptiva	2	
	Expresión I	2	
	Expresión Oral y Escrita	2	
	Graficadores	2	
	Historia del Arte I	2	
	<b>TOTAL CREDITOS</b>	<b>20</b>	
	SEGUNDO SEMESTRE	Psicología de la Percepción y de los sentidos	2
Diseño Tipográfico		4	
Diagramación II		3	
Perspectiva		2	
Expresión II		2	
Edición de la Imagen		2	
Historia del Arte II		2	
<b>TOTAL CREDITOS</b>		<b>17</b>	
TERCERO SEMESTRE		Semiología	2
		Diseño de Identidad Corporativa	4
	Diagramación III	3	
	Fotografía I	2	
	Expresión III	2	
	Medios Impresos II	2	
	Historia del Arte Precolombino	2	
	Antropología	2	
	<b>TOTAL CREDITOS</b>	<b>19</b>	
	CUARTO SEMESTRE	Lógica Matemática	2
Diseño Editorial		4	
Fotografía II (Experimental)		2	
Expresión IV		2	
Lidioma Extranjero I		2	
Animación I		3	
Artes Gráficas		2	
Historia del Diseño		2	
<b>TOTAL CREDITOS</b>	<b>19</b>		

QUINTO SEMESTRE	Diseño Publicitario y de Afiches	4
	Fotografía III	2
	Ilustración I	3
	Idioma Extranjero II	2
	Animación II	3
	Normatividad y derechos de Autor	2
	Historia del Diseño II	2
	Sociología	2
	<b>TOTAL CREDITOS</b>	<b>20</b>
SEXTO SEMESTRE	Diseño de Empaques	4
	Electiva - Comunicación	2
	Ilustración II	3
	Idioma Extranjero III	2
	Animación III	3
	Administración	2
	Metodología de la Investigación I	2
	<b>TOTAL CREDITOS</b>	<b>18</b>
SEPTIMO SEMESTRE	Teoría y Estética de la Imagen	2
	Diseño Infografico	4
	Ilustración III	3
	Idioma Extranjero IV	2
	Edición de Sonido y Video Medios Audiovisuales	2
	Costos y Presupuestos	2
	Metodología de la Investigación Aplicada	2
	<b>TOTAL CREDITOS</b>	<b>17</b>
OCTAVO SEMESTRE	Diseño de Multimedia	4
	Ilustración IV	3
	Idioma Extranjero V	2
	Electiva - Tecnológico Proyectual	2
	Electiva - Tecnológico Comunicación	2
	Mercadeo	2
	Electiva - Teoría gestión	2
	Filosofía	2
	<b>TOTAL CREDITOS</b>	<b>19</b>
NOVENO SEMESTRE	Planeamiento de propuesta de Proyecto de Grado	6
	Desarrollo de Proyecto de Grado	6
	<b>TOTAL CREDITOS</b>	<b>12</b>

EL DISEÑO GRÁFICO: del oficio a la profesión

Fundación Universitaria del Área Andina	
Diseño Gráfico - Plan de Estudios	
ÁREA DE FORMACIÓN	MATERIA
COMPONENTE PROYECTUAL	Diseño Básico
	Tipografía
	Diagramación
	Señalización
	Piezas Publicitarias
	Empaque
	Imagen Corporativa
COMPONENTE DE EXPRESIÓN - ILUSTRACIÓN	Proyecto de Grado
	Dibujo a Mano Alzada
	Expresión Gráfica
	Color
	Figura Humana
	Collage y Técnicas Mixtas
	Narración Gráfica
	Fotografía Básica
	Fotoestudio
	Fotografía Publicitaria
COMPONENTE TÉCNICO	Dibujo Técnico - Descriptiva
	Perspectiva
	Volumetría Digital
	Técnicas de Impresión
	Información Básica
	Maquetación
	Diseño Web.
	Edición e Ilustración

<b>COMPONENTE DE INVESTIGACIÓN</b>	Asesoría de Proyecto - Metodología de la Investigación
	Asesoría de Proyecto - Investigación Cualitativa
	Asesoría de Proyecto - Investigación Cuantitativa
	Asesoría de Proyecto - Signo
	Asesoría de Proyecto - Símbolo
	Asesoría de Proyecto - Objeto
	Asesoría de Proyecto - Señal
	Asesoría de Proyecto - Proyecto de Grado
<b>COMPONENTES DE ELECTIVAS DE PROFUNDIZACIÓN</b>	Profundización en Editorial e Impresos
	Profundización en Animación Imagen y Sonido
	Profundización en Ilustración
	Profundización en Publicidad y Mercadeo
<b>COMPONENTES DE HUMANIDADES</b>	Electivas Generales
	Historia del Arte Gráfico Universal I
	Historia del Arte Gráfico Universal II
	Historia del Arte Gráfico Latinoamericano
	Historia del Arte Gráfico en Colombia
	Legislación Comercial y Laboral
<b>COMPONENTES DE OPTATIVAS</b>	Ecodiseño
	Expresión y Comunicación Humana
	Administración y Creación de Empresas
	Costos de Producción
	Ética Profesional
	Costitución y Democracia
Semiología	

EL DISEÑO GRÁFICO: del oficio a la profesión

ESCUELA DE ARTES Y LETRAS			
DISEÑO GRAFICO - PLAN DE ESTUDIOS			
ENFASIS EDITORIAL			
COMPONENTES	AREA	MATERIAS	CR.
PROYECTUAL	FUNDAMENTACION	T. DE DISEÑO Y COMPOSICION	5
		T. EXPERIMENTAL	5
		T. DE DISEÑO TIPOGRAFICO	4
		T. DE DISEÑO EDITORIAL	4
		T. DE PRODUCCION EDITORIAL	4
	CONSOLIDACION	T. DE MEDIOS IMPRESOS	4
		GRAFICACION DE EMPAQUES	3
		T. DE IDENTIDAD VISUAL	4
		ANTEPROYECTO DE GRADO	3
	ESPECIALIZACION	PASANTIAS	6
PROYECTO DE GRADO		6	
			48
TEORIA E HISTORIA DEL DISEÑO	FUNDAMENTACION	PANORAMICA UNIVERSAL DEL ARTE	3
		MODERNIDAD Y POSMOD. EN EL ARTE	3
		DISEÑO UNIVERSAL	3
		DISEÑO COLOMBIANO	3
	CONSOLIDACION	PERCEPCION VISUAL	3
		CONCEPRCION CREATIVA	3
ESPECIALIZACION	ESTETICA DE LA IMAGEN	3	
			21
EXPRESION Y COMUNICACIÓN	FUNDAMENTACION	DIBUJO ARTISTICO	3
		DIBUJO ANATOMICO	2
		T. DE ILUSTRACION	3
		ESPAÑOL	3
		GRAFICA DIGITAL	2
		REDACCION PUBLICITARIA	3
		REDACCION DE TEXTOS	3
		TECNICAS DE FOTOGRAFIA	3
		FOTOGRAFIA EDITORIAL	3
		IMAGEN DIGITAL	3
	ARMADA DIGITAL	3	
	CONSOLIDACION	INFOGRAFIA	3
		INGLES I	3
		INGLES II	3
	ESPECIALIZACION	INGLES III	3
		PUBLICACIONES ELECTRONICAS	3
		INGLES IV	3
INGLES V		3	
			52

EL DISEÑO GRÁFICO: del oficio a la profesión

HUMANISTICO	FUNDAMENTACION	ANTROPOLOGIA	3	11	
		SOCIOLOGIA	3		
		PSICOLOGIA	3		
		CONSOLIDACION	CONSTITUCION POLITICA DE COL.		1
		ESPECIALIZACION	ETICA		1
GESTION	FUNDAMENTACION	PENSAMIENTO ECONOMICO	1	16	
		MERCADEO	3		
		COSTOS DE PRODUCCION	3		
		CONSOLIDACION	DERECHO CIVIL Y COMERCIAL		3
		NORMATIVIDAD EDITORIAL	3		
		ESPECIALIZACION	GERENCIA EDITORIAL		3
				148	
SEGÚN EL PROSPECTO 151 CREDITOS					

ESCUELA DE ARTES Y LETRAS				
DISEÑO GRAFICO - PLAN DE ESTUDIOS				
ENFASIS ANIMACION				
COMPONENTES	AREA	MATERIAS	CR.	
PROYECTUAL	FUNDAMENTACION	T. DE DISEÑO Y COMPOSICION	5	45
		T. EXPERIMENTAL	5	
		T. DE DISEÑO TIPOGRAFICO	4	
		T. DE DISEÑO EDITORIAL	4	
		T. DE ANIMACION	4	
	CONSOLIDACION	T. DE DISEÑO DE PRODUCCION	4	
		T. DE IDENTIDAD VISUAL	4	
		ANTEPROYECTO DE GRADO	3	
		PASANTIAS	6	
		ESPECIALIZACION	PROYECTO DE GRADO	
TEORIA E HISTORIA DEL DISEÑO	FUNDAMENTACION	HISTORIA DE LA ANIMACION	3	26
		PANORAMICA UNIVERSAL DEL ARTE	3	
		MODERNIDAD Y POSMOD. EN EL ARTE	3	
	CONSOLIDACION	SEMIOTICA	3	
		LENGUAJE CINEMATOGRAFICO	2	
		DISEÑO COLOMBIANO	3	
		PERCEPCION VISUAL	3	
		CONCEPCION CREATIVA	3	
		ESPECIALIZACION	ESTETICA DE LA IMAGEN	

EL DISEÑO GRÁFICO: del oficio a la profesión

EXPRESION Y COMUNICACIÓN	FUNDAMENTACION	DIBUJO ARTISTICO	3	59	
		DIBUJO ANATOMICO	2		
		T. DE ILUSTRACION	3		
		ESPAÑOL	3		
		FUNDAM. DE LA COMUNICACIÓN	3		
		REDACCION PUBLICITARIA	3		
		REDACCION DE TEXTOS	3		
		GUION	3		
		ANIMACION 2D	3		
		ANIMACION 3D	3		
		IMAGEN DIGITAL	3		
		COMPOSIC. DE EFECTOS VISUALES	3		
		DIRECCION ARTISTICA	3		
		INGLES I	3		
		INGLES II	3		
		CONOLIDACION	INGLES III		3
		ESPECIALIZACION	ANIMACION PARA WEB		3
INFOGRAFIA	3				
INGLES IV	3				
INGLES V	3				
HUMANISTICO	FUNDAMENTACION	ANTROPOLOGIA	3	11	
		SOCIOLOGIA	3		
		PSICOLOGIA	3		
		CONOLIDACION	CONSTITUCION POLITICA DE COL.		1
		ESPECIALIZACION	ETICA		1
GESTION	FUNDAMENTACION	PENSAMIENTO ECONOMICO	1	13	
		MERCADEO	3		
	CONOLIDACION	COSTOS DE PRODUCCION	3		
		DERECHO CIVIL Y COMERCIAL	3		
	ESPECIALIZACION	PRODUCCION Y POSTPRODUCCION	3		

154

ESCUELA DE ARTES Y LETRAS				
DISEÑO GRAFICO - PLAN DE ESTUDIOS				
ENFASIS EN GERENCIA				
COMPONENTES	AREA	MATERIAS	CR.	
PROYECTUAL	FUNDAMENTACION	T. DE DISEÑO Y COMPOSICION	5	
		T. EXPERIMENTAL	5	
		T. DE DISEÑO TIPOGRAFICO	4	
	CONSOLIDACION	T. DE DISEÑO EDITORIAL	4	
		T. DE CAMPAÑAS	4	
		T. DE DISEÑO Y GERENCIA DE MARCA	4	
		T. DE GERENCIA EMPRESARIAL	4	
	ESPECIALIZACION	ANTEPROYECTO DE GRADO	3	
		PASANTIAS	6	
		PROYECTO DE GRADO	6	
			45	
TEORIA E HISTORIA DEL DISEÑO	FUNDAMENTACION	PANORAMICA UNIVERSAL DEL ARTE	3	
		MODERNIDAD Y POSMOD. EN EL ARTE	3	
		DISEÑO UNIVERSAL	3	
	CONSOLIDACION	DISEÑO COLOMBIANO	3	
		PERCEPCION VISUAL	3	
		SEMIOTICA	3	
		CONCEPCION CREATIVA	3	
	ESPECIALIZACION	ESTETICA DE LA IMAGEN	3	
				24
		FUNDAMENTACION	DIBUJO ARTISTICO	3
DIBUJO ANATOMICO			2	
T. DE ILUSTRACION			3	
ESPAÑOL			3	
FUNDAM. DE LA COMUNICACIÓN			3	
REDACCION PUBLICITARIA			3	
GRAFICACION DE EMPAQUES			3	
CONSOLIDACION		DISEÑO WEB - MULTIMEDIA	3	
		INGLES I	3	
		INGLES II	3	
		INGLES III	3	
		INFOGRAFIA	3	
		INGLES IV	3	
		INGLES V	3	
ESPECIALIZACION			41	

EL DISEÑO GRÁFICO: del oficio a la profesión

HUMANISTICO		ANTROPOLOGIA	3	11
		SOCIOLOGIA	3	
	FUNDAMENTACION	PSICOLOGIA	3	
	CONSOLIDACION	CONSTITUCION POLITICA DE COL.	1	
	ESPECIALIZACION	ETICA	1	
GESTION		ESTADISTICA	3	29
		PENSAMIENTO ECONOMICO	1	
	FUNDAMENTACION	MATEMATICAS	3	
		PRINCIPIOS DE ADMINISTRACION	3	
		INVESTIGACION DE MERCADOS	3	
		TALER DE MERCADEO	4	
		FUNDAMENTOS DE MARKETING	3	
		COSTOS DE PRODUCCION	3	
	CONSOLIDACION	DERECHO CIVIL Y COMERCIAL	3	
	ESPECIALIZACION	GERENCIA DE DISEÑO	3	

150

CORPORACION UNIVERSITARIA UNITEC			
DISEÑO GRAFICO - PLAN DE ESTUDIOS			
AREAS	MATERIA	CR.	
TEORIA E HISTORIA DEL DISEÑO	HISTORIA DEL DISEÑO I	2	16
	HISTORIA DEL DISEÑO II	2	
	LINGÜÍSTICA	3	
	SEMIOTICA	3	
	PSICOLOGIA DE LA FORMA	3	
	ESTETICA DEL DISEÑO	3	
EXPRESION Y COMUNICACIÓN	DIBUJO I	3	18
	DIBUJO II	3	
	TEORIA DEL COLOR	3	
	FOTOGRAFIA	3	
	ILUSTRACION I	3	
	ILUSTRACION II	3	
TECNOLOGICO	DISEÑO DIGITAL I	3	18
	DISEÑO DIGITAL II	3	
	DISEÑO DIGITAL III	3	
	ANIMACION BASICA	3	
	MULTIMEDIA	3	
	DISEÑO Y TECNOLOGIA	3	

EL DISEÑO GRÁFICO: del oficio a la profesión

PROYECTUAL	FUNDAMENTOS DE DISEÑO I	3	32
	FUNDAMENTOS DE DISEÑO II	3	
	INTRODUCCION A LA PROFESION	1	
	FUNDAMENTOS DE INVESTIGACION	2	
	TALLER DE INVESTIGACION BASICA	3	
	TALLER DE DESARROLLO EXPERIMENTAL I	3	
	TALLER DE DESARROLLO EXPERIMENTAL II	3	
	TALLER DE INVESTIGACION APLICADA	3	
	ESPIRITU EMPRESARIAL	3	
	OPCION INVESTIGATIVA PARA GRADO	8	
	FUNCIONAL OPERATIVA	DISEÑO TIPOGRAFICO	
INFOGRAFIA		3	
SEÑALETICA		3	
DISEÑO DE EMPAQUES		2	
DISEÑO EXPERIMENTAL		3	
PIEZAS GRAFICAS		3	
IDENTIDAD CORPORATIVA		3	
DISEÑO EDITORIAL		3	
MERCADEO		2	
PUBLICIDAD		2	
ELECTIVA PROFESIONAL I		2	
ELECTIVA PROFESIONAL II		2	
ELECTIVA PROFESIONAL III		2	
PRACTICA PROFESIONAL		5	
GESTION		PRODUCCION GRAFICA	2
	COSTOS DE PRODUCCION	2	
	DISRECCION Y GESTION GRAFICA	2	
HUMANISTICO	EXPRESION ORAL Y ESCRITA	2	25
	ELECTIVA	1	
	VALORES Y LIDERAZGO	1	
	CONSTITUCION POLITICA	1	
	ELECTIVA INTERDISCIPLINARIA	2	
	PRINCIPIOS DE ADMINISTRACION	2	
	LEGISLACION LABORAL Y COMERCIAL	1	
	CREATIVIDAD Y RESOL. DE PROBLEMAS	2	
	AFIRMACION PROFESIONAL	1	
	INGLES I	2	
	INGLES II	2	
	INGLES III	2	
	INGLES IV	2	
	INGLES V	2	
INGLES VI	2		

Una vez recolectados los planes de estudios de los diferentes Programas, vamos a realizar la comparación entre ellos, considerando los componentes de la Resolución Oficial para Diseño<sup>15</sup>, una herramienta válida para establecer los perfiles, los énfasis y las condiciones que se encuentran inmersas en la malla curricular.

Cabe recordar que los componentes que nos servirán de parámetros son: teoría e historia del diseño, expresión y comunicación, tecnológico, proyectual, funcional operativo, de gestión, humanístico y le agregamos el de electivas y el de idiomas para completar el análisis pues estas son áreas claramente diferenciadas en casi todos los programas y responden a una exigencia del Ministerio de Educación.

Componente	Descripción	Horas	Categoría
Funcional Operativa	...	...	Funcional Operativa
Gestión	...	...	Gestión
Humanístico	...	...	Humanístico

15 Cfr. Resolución Oficial para Diseño No. 3463 del 30 de Diciembre de 2003

COMPONENTES	MATERIAS	UNITEC	TADEO	ARTES Y L.	ANDINA	NACIONAL	NARIÑO	PILOTO	LIBERT.
<b>TEORIA E HISTORIA DEL DISEÑO</b>	HISTORIA DEL DISEÑO I	1							
	HISTORIA DEL DISEÑO II	1							
	LINGÜÍSTICA	1							
	SEMIOTICA	1							
	PSICOLOGIA DE LA FORMA	1							
	ESTETICA DEL DISEÑO	1							
	PANORAMICA UNIVERSAL DEL ARTE			1					
	MODERNIDAD Y POSMOD. EN EL ARTE			1					
	DISEÑO UNIVERSAL			1					
	DISEÑO COLOMBIANO			1					
	PERCEPCION VISUAL			1					
	CONCEPCION CREATIVA			1					
	ESTETICA DE LA IMAGEN			1					
	Historia del Arte Gráfico Universal I				1				
	Historia del Arte Gráfico Universal II				1				
	Historia del Arte Gráf. Latinoam.				1				
	Historia del Arte Gráfico en Colombia				1				
	Legislación Comercial y Laboral				1				
	Ecodiseño				1				
	Historia del D.G.: de las Artes al Diseño					1			
	Historia del D.G.: de los ismos a los medios					1			
	Historia del D.G.: Contextos del diseño en Colombia					1			
	Hist. del D.G.: IMAGEN Y PALABRA					1			
	Historia del D.G.: Sociedad, cultura y diseño en IA					1			
	Palabra e imagen (semiotica)					1			
	Estética y teoría de la imagen					1			
	Teorías en Comunicación Visual					1			
	teorías en comunicación visual					1			

	Psicología de la Percepción y de los sentidos						1		
	Semiología						1		
	Teoría y Estética de la Imagen						1		
	Historia del Arte I						1		
	Historia del Arte II						1		
	Historia del Arte Precolombino						1		
	Historia del Diseño						1		
	Historia del Diseño II						1		
	Apreciación estética							1	
	Estudio del arte del mundo I							1	
	Estudio del arte del mundo II							1	
	Teoría e historia del diseño I							1	
	Teoría e historia del diseño II							1	
	Teoría de la percep., alfabetidad visual							1	
	Teoría de la Comunicación							1	
	Diseño y comunic. para el cambio social							1	
	TEORIA DE LA COMUNICACIÓN								1
	TEORIA DE LA IMAGEN I								1
	TEORIA DE LA IMAGEN II								1
	COMUNICACIÓN VISUAL I								1
	COMUNICACIÓN VISUAL II								1
	EXPRESION ORAL Y ESCRITA								1
	HISTORIA DE LA IMAGEN I								1
	HISTORIA DE LA IMAGEN II								1
	HISTORIA DEL DISEÑO I								1
	HISTORIA DEL DISEÑO II								1
	HISTORIA DEL ARTE I		1						
	HISTORIA DEL ARTE II		1						



	REDACCION DE TEXTOS					1				
	TECNICAS DE FOTOGRAFIA					1				
	FOTOGRAFIA EDITORIAL					1				
	IMAGEN DIGITAL					1				
	ARMADA DIGITAL					1				
	INFOGRAFIA					1				
	PUBLICACIONES ELECTRONICAS					1				
	Dibujo a Mano Alzada						1			
	Expresión Gráfica						1			
	Color						1			
	Figura Humana						1			
	Collage y Técnicas Mixtas						1			
	Narración Gráfica						1			
	Fotografía Básica						1			
	Fotoestudio						1			
	Fotografía Publicitaria						1			
	Teoría de la mirada							1		
	Expresión visual							1		
	Esquemática básica							1		
	Técnica y lenguaje fotográfico							1		
	Figura humana y representación							1		
	Fotografía e Iluminación							1		
	Bocetación e Ilustración							1		
	Diseño y fotografía							1		
	Imagen volumétrica							1		
	Descriptiva								1	
	Teoría del Color								1	
	Expresión I								1	
	Perspectiva								1	
	Expresión II								1	
	Fotografía I								1	



	ANIMACION BASICA	1						
	MULTIMEDIA	1						
	DISEÑO Y TECNOLOGIA	1						
			0					
	Dibujo Técnico - Descriptiva				1			
	Perspectiva				1			
	Volumetría Digital				1			
	Técnicas de Impresión				1			
	Información Básica				1			
	Maquetación				1			
	Diseño Web.				1			
	Edición e Ilustración				1			
	Fundamentos Tecnológicos : Formatos y Medidas					1		
	Fundamentos Tecnológicos : Tipografía y Color					1		
	Fundamentos tecnológicos: Color y Producción					1		
	Producción en medios impresos					1		
	Producción en medios digitales					1		
	Graficadores						1	
	Edición de la Imagen						1	
	Medios Impresos II						1	
	Animación I						1	
	Artes Gráficas						1	
	Animación II						1	
	Animación III						1	
	Edición de Sonido y Video Medios						1	
	Audiovisuales						1	
	Diseño de Multimedia						1	
	Lab. Tecnología Preparatorio							1
	Lab. Tecnología Preparatorio							1
	Lab. Tecnología II							1



T. DE DISEÑO EDITORIAL			1				
T. DE PRODUCCION EDITORIAL			1				
T. DE MEDIOS IMPRESOS			1				
GRAFICACION DE EMPAQUES			1				
T. DE IDENTIDAD VISUAL			1				
ANTEPROYECTO DE GRADO			1				
PASANTIAS			1				
PROYECTO DE GRADO			1				
Diseño Básico				1			
Tipografía				1			
Diagramación				1			
Señalización				1			
Piezas Publicitarias				1			
Empaque				1			
Imagen Corporativa				1			
Proyecto de Grado				1			
Asesoría de Proyecto - Metodología de la Investigación				1			
Asesoría de Proyecto - Investigación Cualitativa				1			
Asesoría de Proyecto - Investigación Cuantitativa				1			
Asesoría de Proyecto - Signo				1			
Asesoría de Proyecto - Símbolo				1			
Asesoría de Proyecto - Objeto				1			
Asesoría de Proyecto - Señal				1			
Asesoría de Proyecto - Proyecto de Grado				1			
Taller Forma y Estructura					1		
Taller Sonido y Letra					1		
Taller tipografía: Diagramación y Composición					1		
Taller identidad e Imagen Coord.					1		

Taller orientación y dis. Información					1			
Taller énfasis I. Taller profundización					1			
IMAGEN DINAMICA					1			
Taller énfasis 2 Taller profundización					1			
OPCION DE GRADO					1			
SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN Y PROYECTO DISEÑO.					1			
Diseño Básico						1		
Diagramación I						1		
Diseño Tipográfico						1		
Diagramación II						1		
Diseño de Identidad Corporativa						1		
Diagramación III						1		
Diseño Editorial						1		
Diseño Publicitario y de Afiches						1		
Diseño de Empaques						1		
Diseño Infografico						1		
Planeamiento de propuesta de Proyecto de Grado						1		
Desarrollo de Proyecto de Grado						1		
Taller preparatorio I							1	
Taller preparatorio II							1	
Taller I							1	
Taller II							1	
Taller III							1	
Taller IV							1	
Práctica empresarial							1	
Seminario - taller							1	
Metodología de la Investigación							1	
Metodología proyectual							1	
FUND. DEL DISEÑO								1







	ELECTIVA INTERDISCIPL.	1							
	ELECTIVA INTERDISCIPLINARIA I		1						
	ELECTIVA INTERDISCIPLINARIA II		1						
				0					
ELECTIVAS	Profundización en Editorial e Impresos				1				
PROFUNDIZ.	Profundización en Animación Imagen y Sonido				1				
	Profundización en Ilustración				1				
	Profundización en Publicidad y Mercadeo				1				
	Electivas Generales				1				
OPTATIVAS	Expresión y Comunicación Humana				1				
	Admin. y Creación de Empresas				1				
	Costos de Producción				1				
	Ética Profesional				1				
	Costitución y Democracia				1				
	Semiología				1				
	Optativa de Fundamentación					1			
	Optativa de Fundamentación					1			
	Libre elección					1			
	Libre elección					1			
	Libre elección					1			
	Libre elección					1			
	Libre elección					1			
	Libre elección					1			
	Libre elección					1			
	Libre elección					1			
	Libre elección					1			
	Electiva - Comunicación						1		
	Electiva - Tecnológ. Proyectual						1		
	Electiva - Tecnol. Comunicación						1		



	UNITEC	TADEO	ARTES Y.L.	ANDINA	NACIONAL	NARIÑO	PILOTO	LIBERT.
TEORIA E HISTORIA DEL DISEÑO	6	10	7	6	9	8	8	10
EXPRESION Y COMUNICACIÓN	6	9	14	9	9	14	7	12
TECNOLOGICO	6	1	0	8	5	9	3	8
PROYECTUAL	10	9	11	16	10	12	10	12
FUNCIONAL OPERATIVO	11	1	0	0	0	2	0	0
GESTION	3	1	6	0	1	2	0	5
HUMANISTICO	7	4	5	0	0	7	4	3
ELECTIVAS	5	2	0	11	11	4	5	8
INGLES	6	6	5	0	0	5	5	4
	60	43	48	50	45	63	42	62

## COMPONENTES EN LA RESOLUCION OFICIAL

**Componente humanístico:** busca sensibilizar al estudiante en la comprensión y apreciación del ser humano, en sus dimensiones físicas, culturales, éticas, estéticas, sociales y económicas.

**Componente de la teoría e historia del Diseño:** busca sensibilizar al estudiante en la comprensión y apreciación del patrimonio cultural objetual y visual, en sus dimensiones históricas y contemporáneas. Comprende la historia y teorías del Diseño; presenta estrechas relaciones con el desarrollo de las ideas, del arte y de la técnica, con los estudios culturales, con la filosofía, la estética y demás desarrollos de las ciencias sociales.

**Componente proyectual:** Eje central de la formación del Diseñador, debe ser el espacio académico para la síntesis de los demás componentes de saber y de práctica implicados en su formación. Debe estar presente en todos los niveles a lo largo del programa. Se orienta a formar en el estudiante capacidades para sintetizar una gran variedad de información humanística, cultural, contextual, tecnológica, deontológica y demás propias de la disciplina, utilizándola para el Diseño y la sustentación de proyectos. Permite el desarrollo del pensamiento sintético, analítico, crítico, de formalización, creativo y de las habilidades de diseño necesarias para la elaboración de propuestas, así como de las competencias comunicativas necesarias para su definición y socialización.

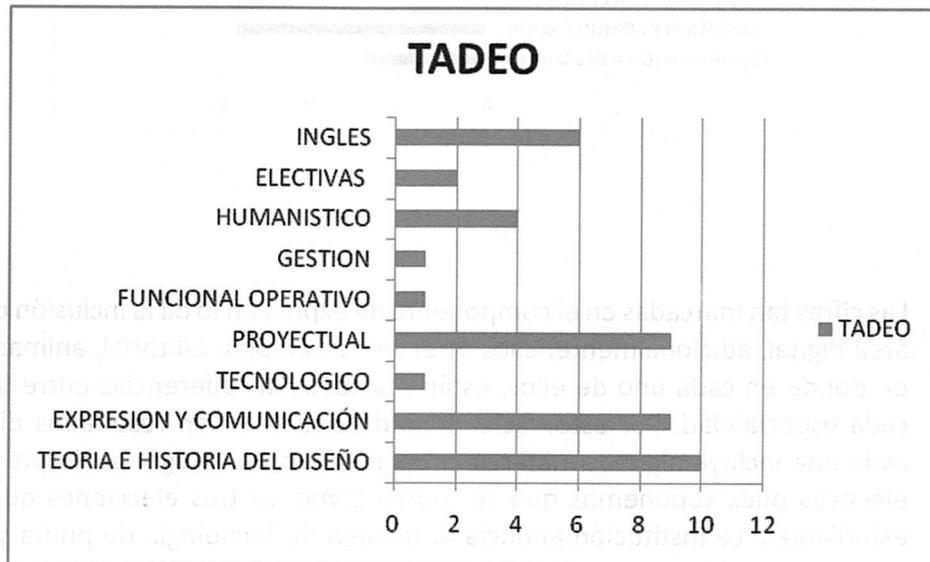
**Componente de expresión y comunicación:** Orientado a formar en las competencias que se requieren para expresar las funciones indicativas y simbólicas de las formas; para la representación de los proyectos en las diferentes etapas de su gestación y para la adecuada argumentación escrita y verbal de los contenidos y contextos del proyecto, a través del manejo de y medios técnicos apropiados. Así mismo se deberá desarrollar en el estudiante competencias comunicativas básicas en una segunda lengua.

**Componente tecnológico:** Dirigido a formar al estudiante en las teorías y principios de las tecnologías disponibles; en las propiedades y significado de los materiales y la manera como inciden en el diseño; en los criterios para la gestión de proyectos; en las leyes y normativas vigentes en el país relacionadas con seguridad, salud y confort, requeridas en los procesos de elaboración de formas y su utilización. Todo lo anterior debe estar orientado por el respeto al medio ambiente y la promoción del desarrollo humano sostenible.

**Componente funcional - operativo:** Orientado a formar en las competencias que se requieren en el proyectar la usabilidad de los resultados proyectuales; con esto se quiere hacer referencia a su relación e interacción con el ser humano desde el punto de vista de lo corporal, sensorial, emotivo y valorativo; así como con el mundo físico, la funcionalidad y las relaciones sistémicas de los componentes estructurales.

**Componente de gestión:** Orientado a desarrollar la habilidad para orientar, articular, integrar y promover la disciplina en el contexto productivo empresarial e institucional, así como la capacidad para gerenciar y hacer eficaz su actividad profesional en sus aspectos sociopolíticos, económicos, legales, normativos, organizacionales y productivos.

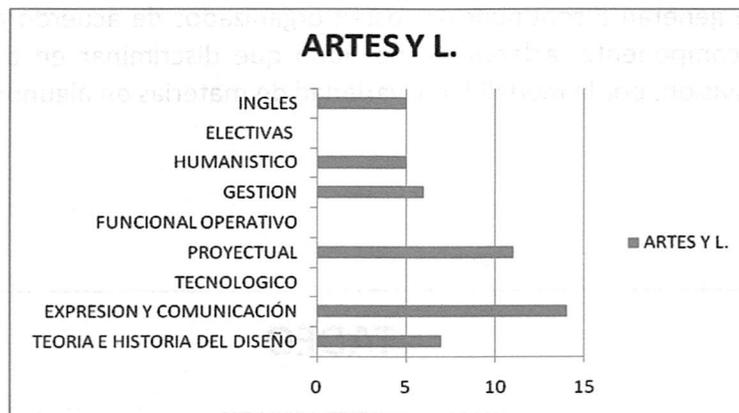
Los cuadros que se generan a continuación están organizados de acuerdo al número de materias en cada componente, aclarando que hubo que discriminar en dos categorías adicionales dicha división, por la modalidad y variedad de materias en algunos programas.



La carga en el componente de teoría e historia de diseño, de expresión y proyectual nos dice que este profesional es conceptualista sobre la base estructural de la profesión (proyectual), no se contemplan materias dentro de lo funcional operativo y de gestión al igual que en la tecnología en donde no se establecen materias específicas sino que se toman cursos adicionales de manejo de software. La Institución dice formar: *productores de vehículos visuales con soporte teórico que fortalece dicha producción* y no tiene materias que hablen de procesos técnicos, digitales, de finalización de archivos.

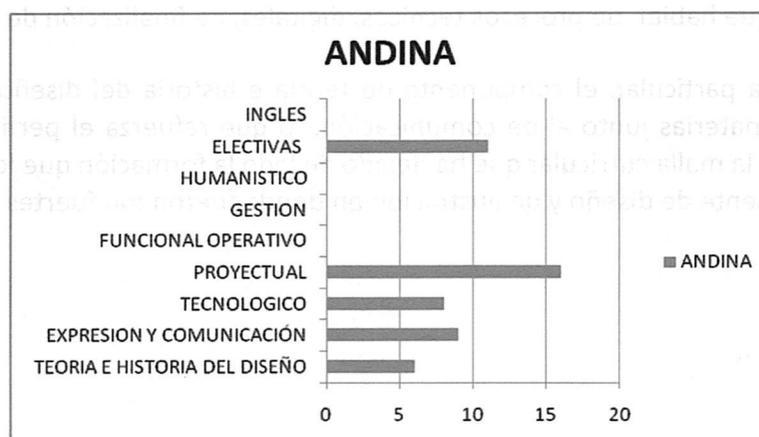
De manera particular, el componente de teoría e historia del diseño tiene la mayor carga de materias junto al de comunicación, lo que refuerza el perfil de esta última versión de la malla curricular que ha dejado de lado la formación que los caracterizó en el componente de diseño y de ilustración en donde fueron muy fuertes y cimentaron su prestigio.

## EL DISEÑO GRÁFICO: del oficio a la profesión



Las cifras tan marcadas en el componente de expresión lo da la inclusión de materias del área digital, adicionalmente, ellos ofrecen tres énfasis: editorial, animación y gerencia en donde en cada uno de ellos, están marcadas las diferencias entre las materias de cada especialidad. Por esto, las tres modalidades darían resultados diferentes, pues cada una incluye algunas materias propias de cada categoría. No presenta materias electivas pues suponemos que se toman como las tres elecciones que le dan a sus estudiantes. La Institución anuncia el manejo de tecnología de punta y el manejo de todas las variables en diseño, espectro complejo de cumplir en los dos casos cuando el área digital es muy escasa y nunca podremos cubrir la totalidad de los elementos que intervienen en el diseño de un producto gráfico por su grado de relatividad.

Una clasificación bastante compleja de incluir dentro de los componentes de la Ley por su variedad. Con estos énfasis, las posibilidades de especializaciones se disminuyen pues les damos a los diseñadores tres líneas fundamentales del desarrollo de su profesión.



El Programa del Área Andina presenta una profundización en editorial e impresos, una en animación, imagen y sonido, otra en ilustración y finalmente, una en publicidad y mercadeo. Esto naturalmente cambiaría mucho el análisis del perfil final pues una primera aproximación nos llevaría a la conclusión que son profesionales con una excelente estructura disciplinar, y una buena distribución de los otros componentes anotando que dentro de las humanidades han colocado las historias, no tienen materias de gestión, a menos que en la profundización, especialmente en publicidad y mercadeo, las incluyan. Una buena formación básica para que el diseñador pueda seleccionar un perfil determinado.

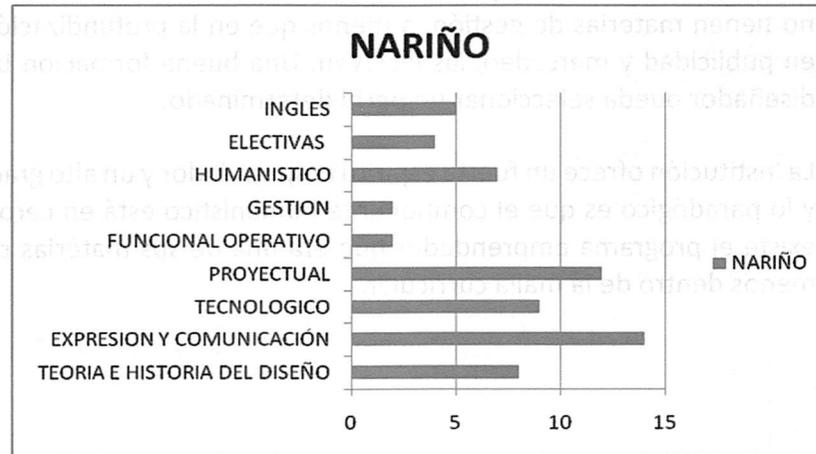
La Institución ofrece un fuerte espíritu emprendedor y un alto grado de humanismo y lo paradójico es que el componente humanístico está en cero materias y ya no existe el programa emprendedor que era una de sus materias predilectas, por lo menos dentro de la malla curricular.



Esta distribuido en la teoría, la expresión, lógicamente, el componente proyectual pero el estudiante en los últimos semestres debe hacer una libre elección, no sabemos de qué, hacia qué perfil los llevan pues esa información no está en una fotocopia que nos entregaron y menos en la página Web del Programa. Por tradición, los profesionales de la Universidad Nacional son muy fuertes a noivel de concepto gráfico, de investigación, teóricos, hasta las últimas reformas han involucrado materias de tecnología, en una mínima cantidad. En su perfil laboral colocan que pueden desempeñar la docencia pero no integran ninguna materia de pedagogía, labor que no puede dejarse solamente a los profesionales de la disciplina sin la mínima preparación pedagógica.

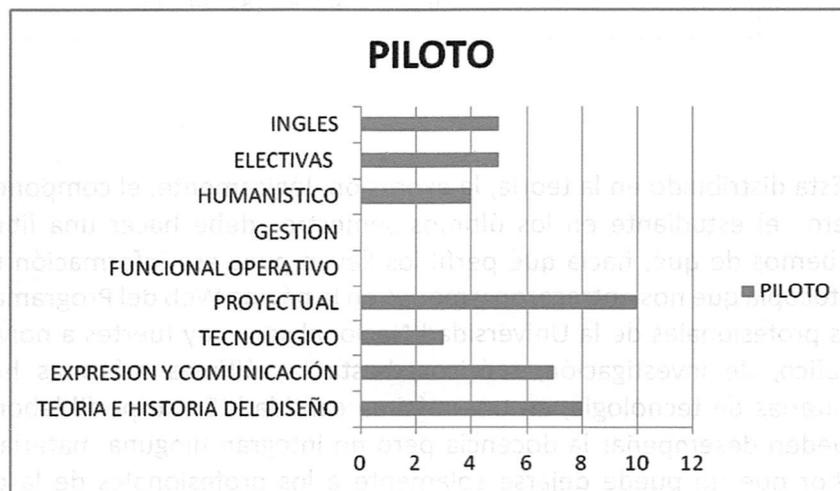
## EL DISEÑO GRÁFICO: del oficio a la profesión

Hay tres materias que de manera especial nos llaman la atención: teoría de la mirada, esquemática básica y taller de sonido y letra pues generalmente los nombres nos llevan a una primera impresión sobre los contenidos, no exactamente en estos casos. Cuestión interesante de profundizar pues sabemos del cuidado y formalidad del programa.

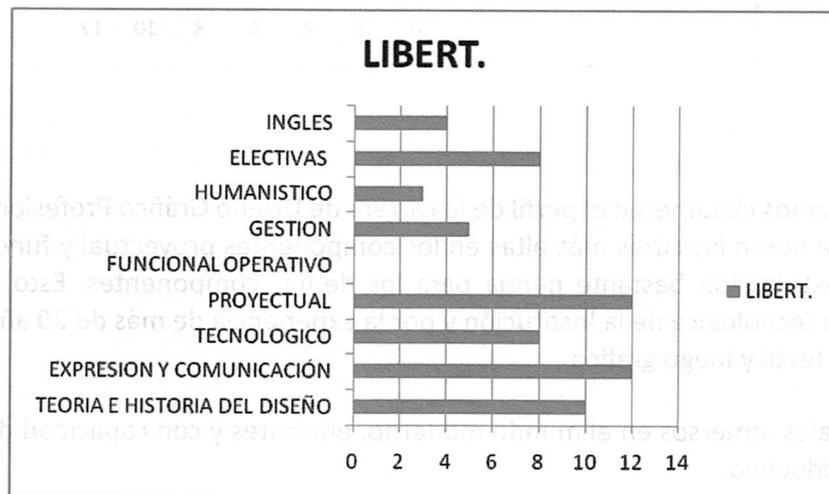


La distribución en este programa es mas uniforme lo que llevaría a pensar en una formación genérica que abre la posibilidad a la educación posgraduada con especializaciones y maestrías, una buena política para profundizar de verdad en áreas específicas dentro de la disciplina. Nos llama la atención una materia como lógica matemática que no tiene ni pre ni correquisitos y se ve flotando dentro de la malla.

La institución habla de una conciencia ecológica que no se muestra dentro de la malla pues ninguna materia tiene relación alguna con el tema.

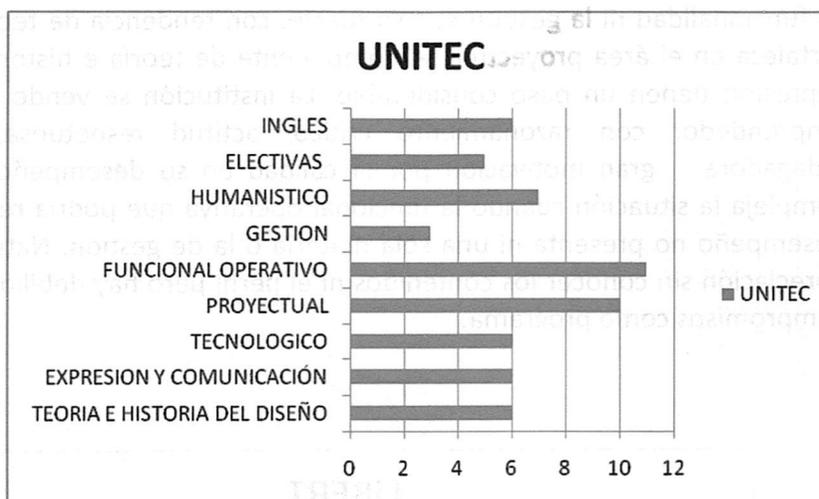


La funcionalidad ni la gestión son su fuerte, con tendencia de teorización y gran fortaleza en el área proyectual, el componente de teoría e historia del diseño y expresión tienen un peso considerable. La institución se vende como “espíritu emprendedor con razonamiento crítico, actitud respetuosa, responsable, indagadora, gran motivación por la calidad en su desempeño”, pero vemos compleja la situación cuando la funcional operativa que podría referenciar el desempeño no presenta ni una sola materia o la de gestión. Naturalmente, una apreciación sin conocer los contenidos ni el perfil pero hay debilidad frente a sus compromisos como programa.



El peso del componente de expresión y las materias que la conforman nos deja ver un claro perfil artístico, estético, el interés por el dibujo, la fotografía. Se puede intuir que la Institución es congruente con sus postulados: estructurados conceptualmente, con conocimientos estéticos y herramientas tecnológicas; competentes para comunicar a través de la imagen sensible y versátil para la expresión gráfica.

## EL DISEÑO GRÁFICO: del oficio a la profesión

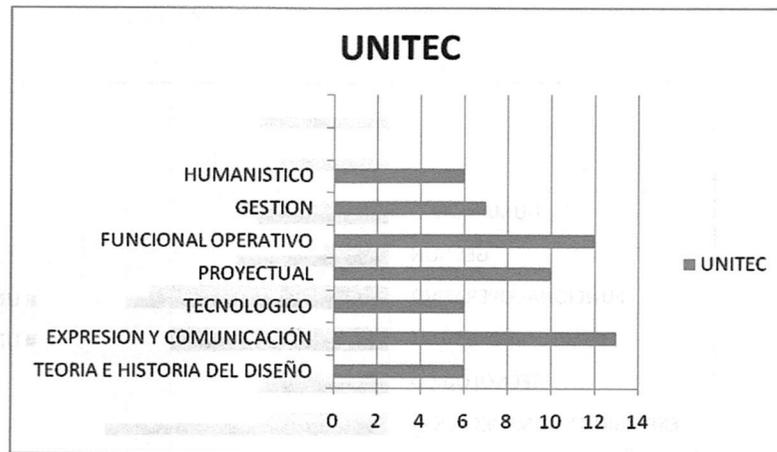


Identificamos claramente el perfil de la carrera de Diseño Gráfico Profesional en Unitec en donde se notan las cifras más altas en los componentes proyectual y funcional operativo y una distribución bastante pareja para los demás componentes. Esto se deriva de la vocación tecnológica de la Institución y por la experiencia de más de 20 años en el diseño, primero textil y luego gráfico.

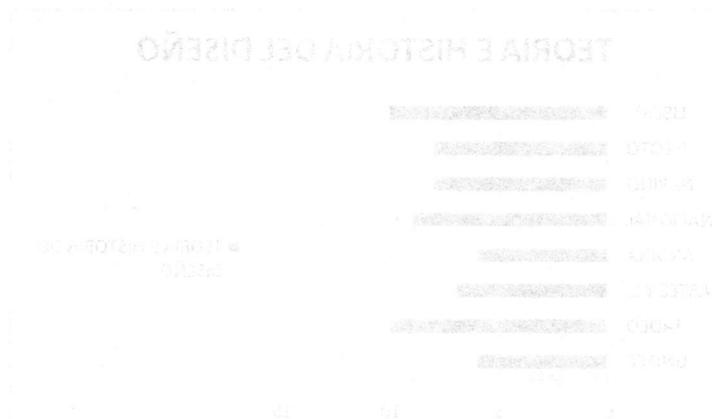
Profesionales inmersos en el mundo moderno, eficientes y con capacidad de trabajar en el sector productivo.

La anterior distribución corresponde a la tradición de acomodación de las materias en las diferentes áreas: básica, profesional, investigativa y humanística. Pero mostramos una segunda versión acomodada más la Resolución Oficial, acomodando el inglés dentro del componente de expresión y algunas materias dentro de gestión. El resultado es el siguiente:

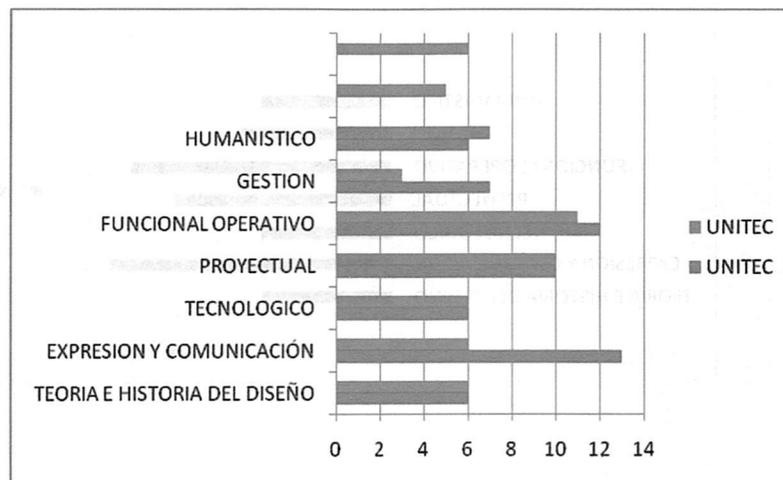
	UNITEC
TEORIA E HISTORIA DEL DISEÑO	6
EXPRESION Y COMUNICACIÓN	13
TECNOLOGICO	6
PROYECTUAL	10
FUNCIONAL OPERATIVO	12
GESTION	7
HUMANISTICO	6



Sigue mostrando la tendencia funcional operativa, proyectual, aumentando el perfil en el componente de expresión. De igual forma, el componente de gestión, lo que nos daría un profesional altamente competitivo en el mercado pues el perfil de producción que tiene nuestro programa tecnológico le ha heredado una excelente comprensión de los procesos y lo hace un profesional muy apetecido por su posibilidad creativa y su experiencia funcional.

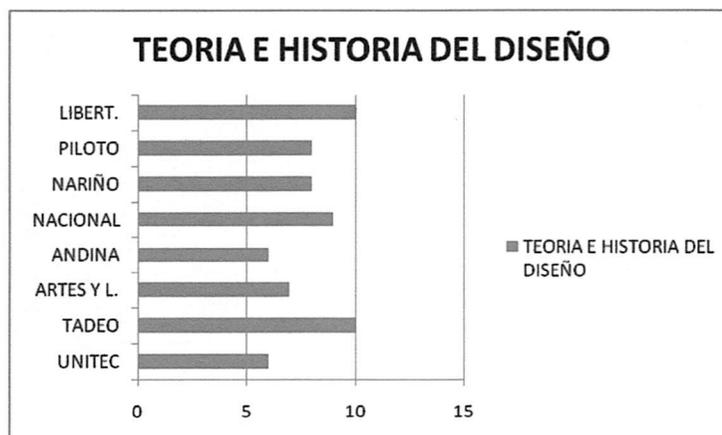


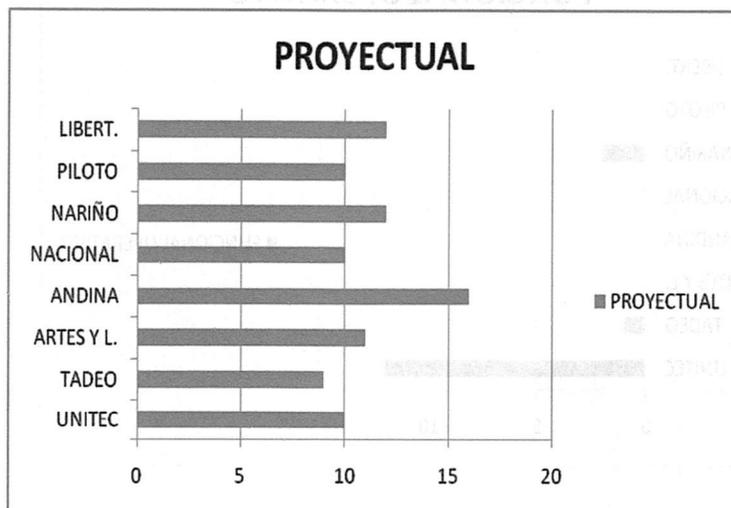
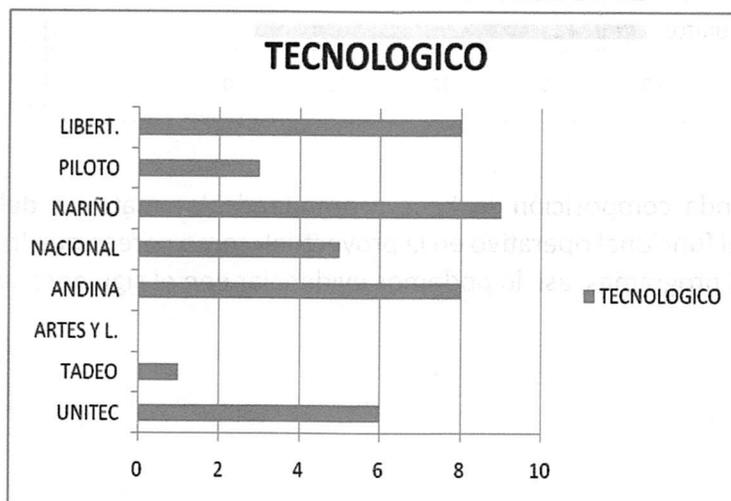
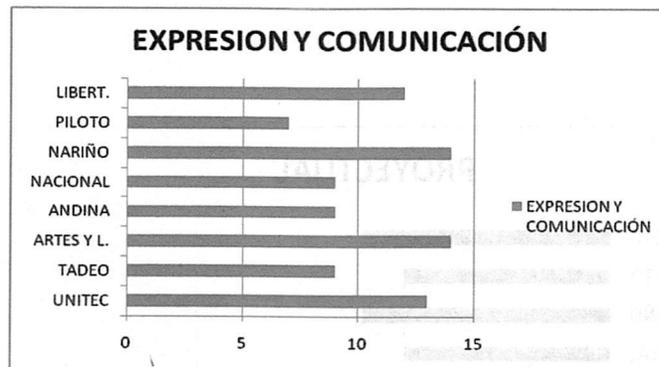
## EL DISEÑO GRÁFICO: del oficio a la profesión

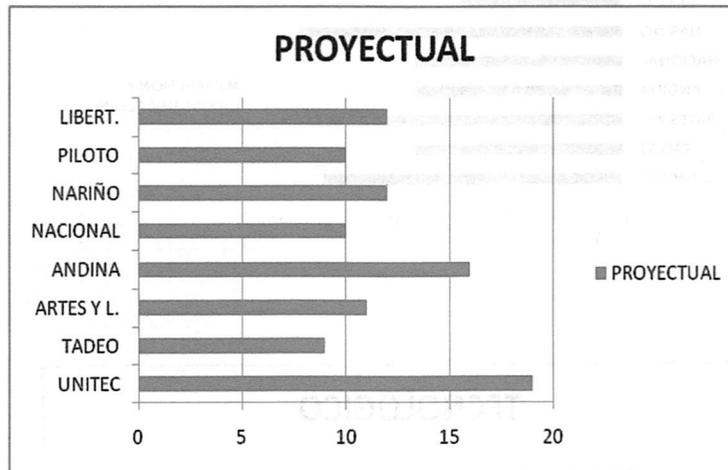


Aquí vemos un comparativo entre las dos situaciones en nuestra institución, en donde, repito, se debe considerar la segunda propuesta de organización de las materias.

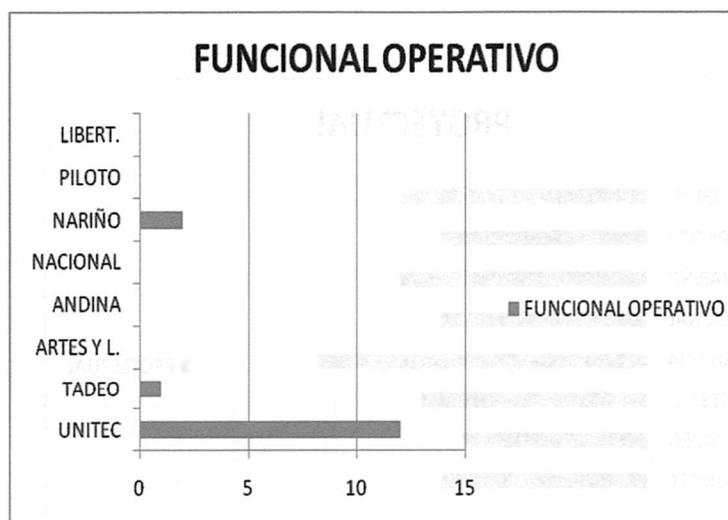
Se presentan las comparaciones por componentes de todos los programas con el propósito de mostrar las diferencias o similitudes en la conformación de la malla y la organización de los componentes:

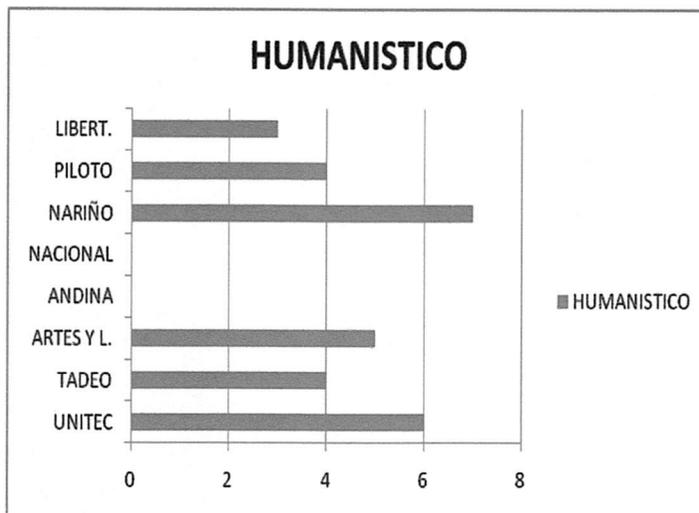
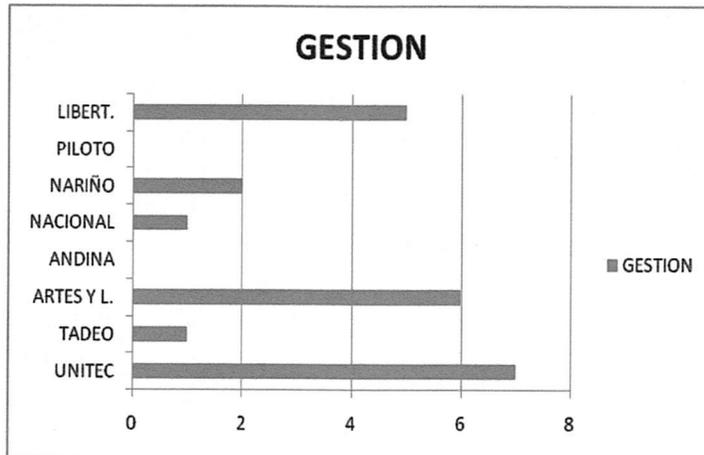


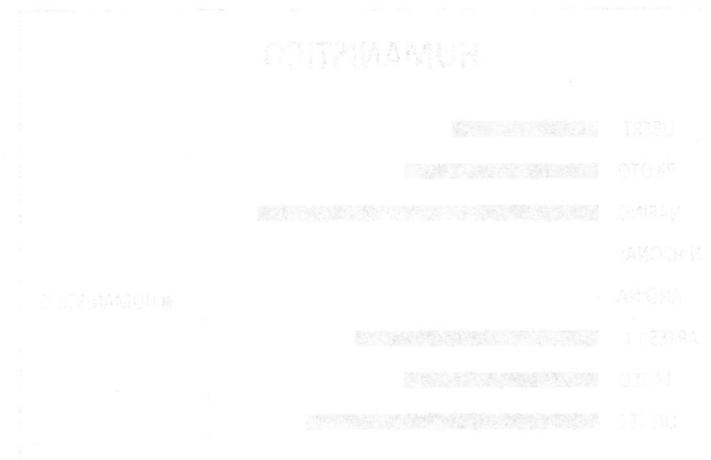
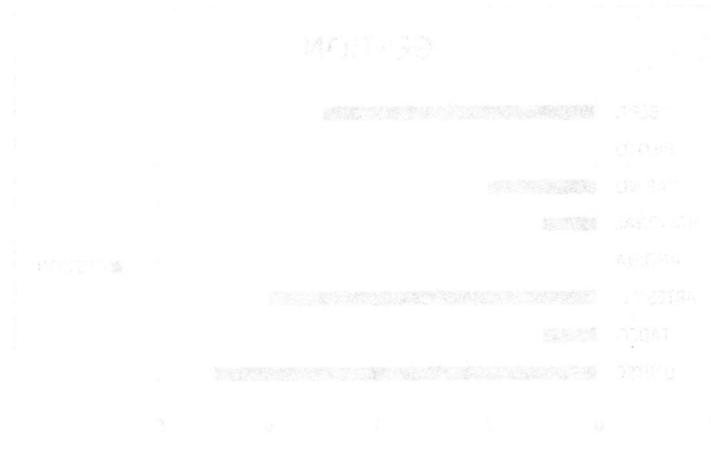




Esta segunda composición se hace acomodando las materias del programa de Unitec, del funcional operativo en la proyectual, como parece que lo hicieron todos los demás programas, así lo podemos evidenciar en el siguiente cuadro:







## CONCLUSIONES

Este trabajo de investigación presentó un alto grado de dificultad por la parametrización de la información pues cada Institución tiene organizados sus programas de diferente manera, se contemplan áreas que no se mencionan en la Resolución Oficial de Diseño y por lo tanto, la clasificación de las materias para determinar el perfil profesional se hace complejo de cotejar frente a la verdadera intención de formación universitaria en Diseño Gráfico en la ciudad de Bogotá-

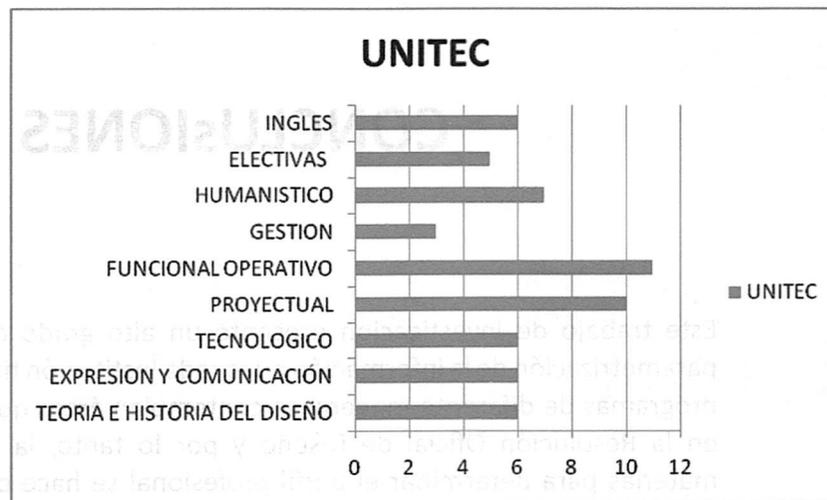
Es inexplicable, igualmente, que todos los Programas contemplen áreas diferentes cuando la Resolución es clara en cuanto a los componentes, claro que existe como norma pero con la autonomía de cada Institución en su organización. Es más complicado demostrar que se cumple con la Ley cuando tenemos variedad en la organización.

Esto cobija de la misma manera a nuestra Institución que tiene organizadas sus áreas como BASICA, PROFESIONAL, INVESTIGATIVA y HUMANISTICA, por esta razón, se hicieron dos cuadros y una reubicación de las materias pues a los Pares Académicos se les debe demostrar que se cumple con la Resolución 3463.

Es necesario aclarar que la distribución final para este trabajo de comparación, se realizó de acuerdo a la lógica en la ubicación y denominación de las diferentes materias, realizada por el investigador que tiene experiencia en la realización de documentos de diseño para Registro Calificado con varios programas aprobados, pues, como se anota en el presente documento, dicha organización es autónoma para las instituciones.

El resultado de este trabajo nos deja ver un Programa Profesional en Unitec inmerso y estructurado en concordancia con lo que ofrecen las instituciones de Bogotá con la fortaleza en su funcionalidad que ha caracterizado el

programa tecnológico y ha posicionado muy bien a nuestros egresados. Ese perfil diferencial nos abre la puerta para futuras propuestas de maestrías en donde se especialice a los diseñadores en áreas particulares.



El anterior cuadro le muestra a la misma institución la distribución de las áreas, lejos ya de las primeras consideraciones en donde se daba a la tecnología (instrucción de software gráfico) una carga muy alta y se tenía la percepción de querer especializar a los diseñadores en manejo de computadores. Situación que se desvirtúa con la organización de las materias en la programación semestralizada.

Unitec ha entendido muy bien la diferencia entre la modalidad tecnológica y la universitaria. En lo conceptual se ha reforzado con lingüística, psicología de la forma y estética del diseño. Y en el área de investigación, la inclusión de talleres en donde se desarrollan proyectos especiales que sirven para consolidar el conocimiento aprendido en los semestres anteriores a su realización.

Revisando el objetivo general del trabajo, el análisis comparativo se ha realizado con las dificultades anteriormente expuestas, frente a la organización de cada institución y a la escasa información que brindan muchas de ellas.

Uno de los objetivos específicos es la determinación y reafirmación del objeto de estudio del Diseño Gráfico proyectado desde la comunicación visual, la carga del componente de expresión y comunicación es considerable en todos los programas, manifestado desde los distintos perfiles. De igual manera, otro

objetivo era la confrontación de los perfiles que anuncian una cosa pero frente al plan de estudios no son muy coherentes. Se anuncian unas propuestas y se hacen otras cosas que no se evidencian en la malla curricular.

Se buscan elementos diferenciales para cada programa pero debería existir una normatividad básica para la conformación de las mallas curriculares. Los énfasis le dan una particularidad pero limitan las posibilidades de especializaciones y maestrías.

Finalmente, es posible concluir después de la comparación de materias, áreas y perfiles, que nuestro programa universitario está bien estructurado, responde a las necesidades del mercado en cuanto a la formación que ofrecemos todas las instituciones universitarias, tiene un buen balance entre las materias y presenta un perfil funcional muy marcado que le da una nota característica a la propuesta que ofrecemos.

La lucha ha sido compleja, apenas comienza a pesar de llevar a costas una gran experiencia, pero el camino se está trazando, es decir, se está diseñando.

Este trabajo nos brinda la posibilidad de empezar con la segunda etapa de la investigación en donde se establecerán las bases para proponer la inclusión de la identidad latinoamericana como un propósito de los programas de Diseño Gráfico en el Continente. Se sabe que la literatura, la pintura, el cine han llevado el lenguaje propio de nuestra gente a dimensiones universales. Eso mismo pretendemos con la gráfica Latinoamericana.



# THE RECORD

TEBC6VO

# TERCeRO

De la misma forma como la literatura, la pintura, el cine y la novela Latinoamericana han ganado un espacio dentro del arte universal por plasmar al ser humano de este Continente con sus angustias, alegrías, su forma particular de enfrentar la vida y lo ha llevado a una lectura y comprensión universal, el Diseño Gráfico tiene la oportunidad única de entablar un lenguaje propio, con identidad para que sea entendido en cualquier rincón del planeta.

Naturalmente lo debemos proponer desde las escuelas, las instituciones que buscan ir más allá que dictar clase y llenar sus espacios, hacer verdaderamente “academia” y aportar su trabajo en la construcción de la disciplina del Diseño.

## LA ACADEMIA Y LA IDENTIDAD EN EL DISEÑO

*"Estos apuntes no serán nada definitivo, pero me sentiré muy contento si con ellos se da el primer paso en ese camino en la búsqueda de nuestra autenticidad, que no es un camino hecho y tendido para que lo recorran, sino un camino que va haciéndose a medida que anda. Como el hombre, que en fin de cuentas sólo es un camino sin punto de partida ni punto de llegada, y que no tiene importancia ni por su origen ni por su fin, sino por el sólo hecho de ser camino y de estar andando, es decir, de ser vida y estar viviendo".<sup>16</sup>*

*Fernando Soto Aparicio*

### PRIMERO

No se ha hablado ni escrito lo suficiente en Diseño para este Continente. Apenas comenzamos a teorizar, a presumir sobre el concepto, a llenar espacios de las revistas con lo que, de manera aislada, estamos haciendo en la Academia, mirándonos inclusive como raros especímenes que inventan trucos mágicos tratando de enamorar a una comunidad de jóvenes ansiosos de expresarse gráficamente. Eventos, conferencias, docentes de mejor calidad ¿extraño decirlo y mucho más raro encontrarlo-, talleres y laboratorios por donde se evidencia la tecnología y se desvirtúa muchas veces al ser estético y parlante y comunicativo que lucha por forjarse un futuro promisorio dentro del cosmos, cada vez más extendido, del diseño mundial.

Todos andamos metidos en el mismo cuento, nos asiste la loca idea de cómo atraer estudiantes para hacerlos diseñadores, estrategias de mercadeo, muestras, especializaciones, afiches cada vez más vistosos y plenos de color y peripecias publicitarias para que nuestros cupos estén llenos y la competencia no nos alcance. Nosotros mismos, nos preciamos de tener alrededor de 700 estudiantes matriculados en la Tecnología, 50 comenzando nuestro recién aprobado Programa universitario y casi 50 egresados en la profesionalización, todo

16 Cfr. Camino que Anda, Fernando Soto Aparicio, Plaza y Janes, 1980

esto en menos de 15 días (para el proyecto profesional). Se han creado en Bogotá en los últimos meses 4 programas universitarios, además de los 4 existentes, dos de ellos con gran tradición. Institutos que ofrecen formación en software gráfico, cursos de diseño por doquier, 4 computadores y un aviso. La bonanza, la facilidad, pague en cuotas, cualquiera lo logra concebir, diseñar están fácil que hasta un niño lo puede hacer (no sé si pelear por los niños, que bien inteligentes son ahora). Esa visión del facilismo otorgado por la compra de un buen computador está ahogando las posibilidades profesionales de aquellos que buscamos hacer de esta disciplina una verdadera profesión con lo que esto conlleva, el concepto, la investigación, la indagación, la creatividad puesta al servicio de la comunicación inteligente y eficaz, con clara proyección social.

Es hora de hacer un alto en el camino, y mirar la profesión que, como lo dice Soto Aparicio “va haciéndose a medida que anda”, y pensar el diseño como evolución continua que se valida por el sólo hecho de ser camino y de estar andando, es decir, de ser vida y estar viviendo”. Una disciplina en plena construcción, en continuo aprendizaje, en permanente perfeccionamiento. Cabe preguntarnos aquí y ahora: ¿cómo estamos formando a este batallón incandescente de emociones, ideas y aspiraciones, cómo conformamos nuestro plan de estudios, la malla curricular, los contenidos programáticos para dar respuesta adecuada a sus inagotables inquietudes, y lo que es más interesante y preocupante a la vez, hay una filosofía detrás de estos proyectos curriculares? Todos responderíamos que hemos establecido un documento muy concienzudo y trabajado para lanzar una carrera de este tipo, la responsabilidad moral, ética, profesional, y no me cabe la menor duda, debe ser así para contrarrestar la formación informal y de “garaje”. Pero es necesario insistir, en una filosofía que responda a nuestro ser Latinoamericano, que hable de la autenticidad y no simplemente evidenciarlo porque tenemos una materia o una electiva que hable de la gráfica precolombina para llenar este vacío monumental. El problema es, naturalmente, de fondo. El problema es saber qué es diseño y no para qué sirve, si nos remontamos a su etimología, a su verdadero origen podemos proyectar mejor el futuro de la disciplina.

## SEGUNDO

Hablamos de Soto Aparicio y podríamos referirnos a sus 55 libros publicados y leídos por miles de personas de habla hispana, inglesa, japonesa y otras, como podríamos mencionar a García Márquez y su proyección mundial, o a Vargas Llosa o a Fuentes, por nombrar sólo algunos ejemplos en donde el lenguaje de nuestra tierra está plasmado en sus historias, en sus personajes, nuestros, mestizos, mulatos, mágicos, como Remedios La Bella o Aureliano Buendía, como el realismo mágico de Macondo, o las prostitutas de la selva que Pantaleón Pantoja se ve obligado a llevar por los distintos cuarteles para satisfacer las necesidades sexuales de la tropa. O los problemas de los mineros con Rudecindo Crisanchó, en La Rebelión de las Ratas (la lista sería muy grande, por fortuna: Pablo Neruda, Julio Cortázar, Borges, Benedetti, Rulfo, Gallegos). De igual manera, mencionamos a Botero, a Rufino Tamayo, a Guayasamín, (la lista sería doblemente grande, por fortuna: Claudio Bravo, Jesús Soto, Negret, Grau, Villegas, Rivera, Matta, Caballero, Manzur, Morales, Marcelo Meléndez). Por fortuna, podemos incluir algunos nombres de diseñadores como Felipe Taborda, Pablo

Kunst, Alejandro Magallanes, Ronald Shakespeare, David Consuegra, Martha Granados, Dicken Castro, Eric Olivares y Jorge Alderete (México), Flavio Morais (Brasil), Norberto Chaves, Beto Compagnucci, Lalo Quintana y Ricardo Rousselot (Argentina). ¿Qué tienen en común? Su lenguaje, su estilo, su forma de contar nuestras historias, de hacer de los personajes latinoamericanos un patrimonio mundial, no importa la lengua, la traducción, el lugar del planeta; el universo entero conoce parte de lo que somos como Continente mezcla de españoles, indígenas, africanos, simbiosis asombrosa y única que sólo pudo producir seres maravillosamente mágicos y extraordinariamente sensibles. Eso somos los pobladores de esta tierra llamada Latinoamérica. Su lucha se ha dado desde el reconocimiento de su autenticidad, la desintegración de las formas tradicionales de la novela, la simultaneidad del lenguaje y la total ficción. Especialmente en la novela, este movimiento en el Continente empieza a brotar como resultado de los conflictos políticos y sociales en los que se ven envueltos los distintos países, la guerra contra las dictaduras, el poder de los Estados Unidos, los movimientos guerrilleros, Cuba, toda una mixtura explosiva que derivó en la búsqueda de una forma propia de expresión en contra de lo que estaba pasando. Y surge y se multiplica y se convierte en un lenguaje universal.

Y el Diseño, ¿en dónde está?

Estamos influenciados por lo que nos llega del Norte, la neocolonización, por las corrientes europeas, por los "ismos" que nos ha derivado la historia de la pintura, la escultura y la arquitectura sin que se construya una verdadera e independiente historia del diseño. La tipografía de IBM, de las multinacionales, el rojo de Coca Cola, la ola, y muchos ejemplos que copiamos, nos deslumbran y ejemplarizan las clases de corto discurso. Y no es por falta de un "diseño latinoamericano" del cual hay innumerables ejemplos, maravillosos y mágicos, como los relacionados por Felipe Taborda gracias a la Editorial Tachen, sino como lo menciona José Korn, por falta de organización y coordinación de cuerpos profesionales, empresariales y académicos, sin olvidar que el mal llamado Tercer Mundo adolece precisamente de esta falta de organización, integración y conciencia de región y de persona, es decir, de autenticidad.

Y la Academia, ¿qué papel juega en todo esto? Hay un paquidérmico movimiento hacia la consecución de postulados integradores, una falsa pretensión nacionalista que hace supuestamente único un logro, un premio, una teoría, una postura investigativa, sin pensar que es patrimonio de un continente que busca expresarse desde las aulas de clase en la permanente construcción de la disciplina. ¿Será que debemos esperar a que nuestros egresados tengan amargas experiencias y una lucha a muerte contra el Estado, las empresas, la abulia de unos clientes que generalmente no entienden sino la conveniencia de la comunicación versus el monto de su inversión? Cuando vemos a Taborda, a Magallanes, a Pablo Kunst y por fortuna a tantos otros en escenarios del mundo compartiendo su trabajo, los ponemos de ejemplo para nuestros estudiantes; pero ¿qué hacemos para que la lucha empiece en el salón de clase, en las discusiones al calor de un buen café, en la educación de nuestros docentes generalmente dormidos sobre unos contenidos que no procuran actualizar sino cuidando sus horas de cátedra para alimentar lo que apenas alcanza para

cubrir de arena sus sueños?

¿No va siendo hora de que la Academia tome un papel más protagónico en el establecimiento de unos cimientos de fortalezcan la profesión desde el concepto, la teoría, la investigación, la funcionalidad? Y eso no lo podemos lograr si lo visualizamos como una malla curricular con algunas pocas materias que hablen del asunto. Cuántas instituciones favorecen la investigación sobre los nuevos diseñadores, los vivos, aquellos con los que podemos intercambiar correos y discutir y discrepar, pero, insisto, no es una cátedra, es toda una filosofía nuestroamericana del diseño que se debe construir desde el mismo diseño curricular y se vea reflejado en todas las actitudes de nuestras instituciones. Todo se reduce a una cosa: es cuestión de identidad Latinoamericana.

### TERCERO

*“ El diseño se ha convertido en la más poderosa herramienta con la cual el hombre moldea sus instrumentos y ambientes (y, por extensión, a la sociedad y a él mismo).*

**Victor Papanek “**

Aquellos que defiendan los valores supremos en el Diseño deben ser estudiados, difundidos, exprimidos en sus teorías y locuras que confronten la actividad académica o profesional o lo establecido por la implantación de mitos erróneos y efímeros. Papanek nos inquieta, cuestiona y, definitivamente, nos confronta con una realidad. Y eso ya lo hace valioso, se compartan sus ideas o no.

Nos habla sobre las 6 tareas a las que se dedica la educación en diseño<sup>17</sup>: persuadir a las personas que compren cosas que no necesitan con dinero que no tienen para impresionar a otros a quienes no les interesa; informar persuasivamente acerca de los méritos de un artefacto, servicio o experiencia, envasar artefactos, servicios o experiencias, brindar deleite o catarsis visual a las clases que aprendieron a responder “como corresponde”, borrar con una mano lo que se hace con la otra e investigar sistemáticamente la historia, el presente y las prácticas futuras de las cinco áreas antes mencionadas.

Aunque veamos estas frases como un tanto extremistas, no son muy alejadas de algunas realidades que vemos en nuestro Continente, especialmente cuando estamos conformando los libros para los Registros Calificados, <sup>18</sup> y nos damos a la tarea de inventariar el estado del arte para mirar la competencia, los programas en el país de origen y en otras latitudes. Cabe entonces preguntarnos si Papanek no tiene razón, si esos 6 principios no son los que animan a “muchos” para ofrecer un programa de diseño gráfico. Por fortuna, encontramos proyectos muy bien estructurados, de gran tradición, con una filosofía que trasciende las mismas fronteras de la malla curricular y queda plasmada en los contenidos programáticos y reflejada en los trabajos de clase, en los de grado, en la actitud de los profesionales egresados

17 Cfr. Fundamentos de Diseño, Victor Papanek, Edugrafología, 1975.

18 Autorización Oficial que da el Ministerio de educación -por lo menos en Colombia- sobre estándares de calidad para el ofrecimiento de programas de pregrado.

y en la contribución en la construcción de una verdadera disciplina.

Pero falta mucho para alejar, no, más bien, por desterrar esos falsos contenidos casi siempre caprichosos, como para brindar deleite visual o para impresionar primíparos, y reemplazarlos por la esencia del diseño, por contenidos que apunten a aprendizajes significativos correlacionados y puestos al servicio de la funcionalidad con una base conceptual muy sólida. Pero todo esto sólo lo podemos conseguir cuando construimos un currículo que tenga una fundamentación filosófica, ontológica y pedagógica coherente al Proyecto Educativo de cada Institución, con una **visión** de su propia identidad con un lenguaje universal, es decir, procurar **“hacer Escuela”**, entendida como el lugar en donde se construye el conocimiento, no en donde se dictan clases, pero sí en donde existe la discusión desde los elementos reales de la comunicación visual hasta postulados con proyección disciplinar. La pretensión es muy grande, pero es evidente que el esfuerzo debe tener metas muy grandes.

### SEIS<sup>19</sup>

Queremos concluir de manera directa que se hace indispensable la conformación curricular en las carreras de diseño con unos principios filosóficos que hablen de nuestro ser auténtico y Latinoamericano, y que ese principio se vea permeado en todos los elementos del currículo, los planes de estudios, las metodologías, las actividades dentro y fuera del salón (y no solucionándolo con una materia en los últimos semestres).

Queremos concluir que es necesaria una lucha frontal contra las instituciones facilistas que creen que la formación en diseño se da comprando unos computadores, copiando unos programas, ofreciendo unos precios muy bajos. Para esto sólo hay que competir con calidad, buena infraestructura y una excelsa calidad docente. Y por supuesto, una mentalidad de “no dictadura de clases” sino de una “construcción del pensamiento”.

Queremos concluir que la profesión del diseño gráfico es una realidad en nuestro continente, con grandes exponentes y representantes, lejos del maravilloso oficio del dibujo de letras, de la mágica fotomecánica, del revelado de magazines y el hermoso procedimiento de cubeta y que ha dado paso a los procesos digitales facilitándole la vida y optimizando el tiempo para llevar el lenguaje de la comunicación visual a una globalización total sin prejuicio de nuestra propia identidad.

Queremos concluir que hace falta mucho de integración, de juntarnos a trabajar, las instituciones que conformamos el Foro de Escuelas, las asociadas, las interesadas por contribuir de manera efectiva en esta construcción, de proponer congresos que ofrezcan soluciones ante la incomunicación en la que estamos sumergidos, proponiendo autopistas de información fácilmente manejables gracias a los adelantos tecnológicos que hemos visto para los Encuentros en Palermo, pero esto puesto al servicio de la integración total de las instituciones afiliadas. No podemos asistir cada año, intercambiar tarjetas, presentar en nuestras instituciones un reporte de gestión para justificar el dinero que nos dieron y esperar que el próximo año volvamos a vernos, pues en un año pasan millares de cosas por nuestras aulas.

<sup>19</sup> Importante leer este numeral como la sumatoria de las ideas anteriores, por lo tanto sumo uno más dos y más tres, seis.

Finalmente queremos proponer que como un gran catalizador de propuestas nuestroamericanas, la Universidad de Palermo -o la que quiera hacerlo- y tenga una múltiple página en donde puedan confluír los trabajos de los diseñadores, de los estudiantes de esta América, sus propuestas, sus problemas y discursos, archivos digitales que sean de la comunidad americana para que las instituciones las puedan imprimir, colgar en sus paredes, hacerlas públicas pues sólo así se justifica nuestro trabajo, como cuando se cuelga un cuadro o alguien lee un libro, con lo que toma vida, se vuelve útil. Lo que hace Actas de Diseño en la Red, de libre lectura, para intercambiar opiniones, experiencias, una gran autopista de la información gráfica de todos nuestros países. Debemos poner a funcionar de manera inmediata los congresos, simposios, eventos que siempre tienen buenas intenciones pero que muchas veces se quedan para los informes de gestión. Mover instituciones, entidades gubernamentales, empresa privada con un fin educativo, académico, es toda una proeza y una muestra de tesón, terquedad y lineamiento determinado con propósitos muy precisos; esta muestra nos la ha dado con lujo de detalles la Universidad de Palermo, pero creo que ahora nos toca corresponder a todo este inmenso esfuerzo procurando actividades puntuales que ayuden a hacer verdaderamente fructíferas todas estas reuniones, convocatorias, suma de intencionalidades maravillosas y no como simples espectadores, expositores o visitantes.

Es hora de actuar por objetivos comunes, poner la tecnología al servicio de los intereses supremos del diseño y hacer de este lenguaje visual una forma de identificación ante el planeta. Un ser nuestroamericano, auténtico, único e irreplicable.

### **UN ARBOL DE PERAS SÓLO DARÁ...PERAS**

Según el concepto tradicional, una Escuela es un establecimiento público o privado en donde se da cualquier tipo de instrucción a grupos compuestos por individuos con similares características, con un sistema de evaluación y el conocimiento parcelado en materias. En Unitec, el término -por fortuna- es mucho más amplio. Igualmente, y para beneficio de la disciplina, la Bauhaus nos legó preceptos fundamentales en toda nuestra discusión:

“La Bauhaus sentó las bases normativas y patrones de lo que hoy conocemos como” diseño industrial y gráfico”; puede decirse que antes de la existencia de la bauhaus estas dos profesiones no existían como tal y fueron concebidos dentro de esta escuela.

Sin duda la escuela estableció los fundamentos académicos sobre los cuales se basaría en gran medida una de las tendencias más predominantes de la nueva arquitectura moderna, incorporando una nueva estética que abarcaría todos los ámbitos de la vida cotidiana: desde la silla en la que usted se sienta hasta la página que está leyendo.

Von Eckardt.<sup>20</sup>

---

20 Cfr. El abc de la Bauhaus y la Teoría del Diseño, Ellen Lupton y J. Abbott Miller, Gustavo HGilli Editores, 1994

Se procuraba trabajar por la enseñanza de lo que era un oficio de buenos artesanos para normatizarla dentro de pautas pedagógicas que se pudieran enseñar, reproducir, medir, evaluar: hacer escuela.

La Escuela de la Imagen, antiguo nombre que dio origen a la Escuela de Artes y Ciencias de la Comunicación, un nombre más amplio con el propósito de cobijar nuevas propuestas académicas, sólo puede dar postulados de Escuela así como el árbol de peras sólo puede dar peras. En Diseño y Producción Gráfica, entendemos que somos más que “dictadores” de clase y trabajamos sobre los principios de la funcionalidad, la estética y la preocupación constante por el ser humano, nuestro estudiante. No descubrimos nada nuevo, sólo lo evidenciamos y lo hacemos vivencia diaria.

Esta última aseveración se convierte en el principio de la propuesta para la Escuela pues vivimos inmersos en el diseño, lo enseñamos pero más allá de esta propuesta, lo aprendemos a sentir sobre la base de un buen diseñador es ante todo una buena persona, el saber hacer pero especialmente, el saber ser. Aprendizaje activo, significativo, estrategias pedagógicas, responsabilidad social, ética, procesos reales, acercamiento a la empresa, conceptos que se viven y nos demuestran que estamos construyendo un camino.

La funcionalidad es inherente al diseño gráfico. No hay que evaluar su importancia pues es una condición consustancial a su misma esencia. En cuanto a la estética, el problema es la subjetividad que hay implícita en la percepción de la “belleza”. Para Aristóteles la belleza se da en las cosas por tener ordenadas sus partes y no ser casuales; y para Hegel, se representa como *regularidad, simetría, conformidad y armonía*. A la percepción humana le parecen estéticamente agradables las armonías y simetrías en las formas y los colores suaves, sin embargo en muchos casos, estos recursos gráficos dificultan la usabilidad de los sitios web, de ahí la relatividad subjetiva e intimista. Los problemas de estética en el diseño responden en gran medida a la falta de estándares arquetípicos para el trabajo gráfico, máxime si se considera la estética como un agregado a la funcionalidad, los resultados de esta suma o alianza no serán jamás una totalidad gráfica. Cualquier producto diseñado será siempre estético y útil. Que concuerde o no con alguna categoría estética y que cumpla su función de una manera eficaz es otro asunto.

Quiere decir esto, que el diseño hecho para los ojos constituye, hoy, el medio fundamental de la comunicación social. Su designio más noble es trabajar para mejorar nuestro entorno visual, hacer el mundo inteligible y aumentar la calidad de vida, aportar informaciones y mejorar las cosas, difundir las causas cívicas y de interés colectivo y la cultura. Su especificidad como disciplina es transmitir «sensaciones, emociones, informaciones y conocimiento».

En 14 años de funcionamiento, estos postulados se han hecho una realidad en el trabajo con la Institución y la comunidad; adicionalmente, existe la preocupación por la formación integral, por el Ser, por tener buenos profesionales y de manera especial, buenas personas. Es una realidad en las instituciones de hoy en día, ya lo sabemos, lo mejor es cómo se evidencia, cómo se vive y a qué profundidad se ha llegado. Los docentes del Programa, contribuyen con su visión sobre este tema de manera libre y espontánea, y se hace evidente la identidad de

nuestro quehacer en las aulas, en las asesorías, en los trabajos de grado, en todas nuestras actividades, con la esencia misma de la disciplina, repito, no es el gran descubrimiento, pero es una realidad que marca nuestro destino y fortalece el ser consecuentes con lo propuesto como profesión ante los retos de la comunicación visual al servicio de la sociedad tecnificada y en total significancia con la imagen.

Si existe esa congruencia medular, podemos afirmar que estamos formando diseñadores gráficos enmarcados en postulados de Escuela, con la seriedad que esto conlleva, con el compromiso y la visión prospectiva de una profesión que está llamada a liderar, desde los principios de la comunicación funcional y estética, los grandes cambios de un mundo en constante evolución, como testigos de excepción, como actores y protagonistas desde la formación de una Escuela, nuestra Escuela de Diseño.

### Y EN UNITEC...QUÉ?

Durante 14 años hemos trabajado en Diseño y Producción Gráfica con el firme convencimiento de la funcionalidad del diseño basada en una creativa expresión gráfica y soportada por la capacidad que debe tener un diseñador en los procesos de producción, el alistamiento de archivos y la visión anticipada de su producto final.

Sin embargo, nuestras amenazas –que en determinados momentos pueden ser retos- nos están ganando las condiciones del mercado, los problemas con los clientes, la disyuntiva de nuestros estudiantes entre la ética y la creatividad, nos supedita el ser comunicadores visuales antes que creativos gráficos, dejamos a un lado la experimentación, y le hemos impuesto a los trabajos de grado la obligatoriedad de un cliente real y como para completar el cuadro, nuestro Programa de Práctica Profesional sólo acepta trabajos que pueda certificar un cliente real, de carne y hueso, con papelería impresa y juramento incluido. Estamos dejando de lado muchas cosas que son importantes, la diferenciación explícita entre un tecnólogo y un profesional universitario, la conformación de un currículo acorde a cada modalidad y esto, con todas sus implicaciones, debe formar parte de la segunda fase de esta investigación en donde se establezcan unas condiciones definidas para nuestros diseñadores.

Además, nos compromete la tecnología, el software especializado (estamos trabajando con la suite CS4 de Adobe), los equipos de cómputo (ahora con plataforma Mac), los adelantos tecnológicos. No nos apartaremos de las condiciones propias de la producción gráfica, no dejaremos de lado el aspecto funcional de la comunicación visual, nos mantendremos alertas con los avances tecnológicos, pero es necesario recuperar los valores estéticos que le han dado al diseño su verdadero valor.

Seguiremos insistiendo en las maravillosas posibilidades que nos trae la experimentación, la locura creativa que busca nuevas formas de expresión, la pelea de los jóvenes por encontrar un lenguaje propio, su forma de expresar lo que está viviendo en este mundo inmediatista, tecnificado, apurado, en donde la rapidez de la comunicación no deja ver con quién nos

comunicamos, no permitiendo medir el sentimiento del espectador sino por su decisión de compra y no por la emoción que pudo despertar.

Y promover en nuestros diseñadores la fuerza expresiva como valor diferencial que le dará al Programa una verdadera trascendencia frente a un siglo marcado por la imagen, la comunicación, la Internet, la tecnología, la globalización, la despersonalización y el ser colectivos masificados frente a la maravillosa posibilidad de volver a lo únicos y diferentes que somos los seres humanos.

### **UN FINAL, POSIBLEMENTE FELIZ**

Han pasado muchas cosas en el mundo del diseño desde los primeros artesanos, los descubrimientos y nuevos artefactos en la revolución industrial, los carteles, la imprenta y la era digital. Pasamos de ser operacionales a pensar en comunicaciones que inciden en la vida del hombre, que determinan una mejor forma de ver el mundo, de informarse, de llegar a otras culturas, de conocer, de tomar conciencia, de cambiar estilos de vida, de adoptar diferentes posiciones ante los problemas graves que nos aquejan como el calentamiento global, la tala indiscriminada de árboles, la desertificación y tantos otros en donde el diseño ejerce una función ante la comunidad, así como en la proyección social que tenemos desde las universidades emprendiendo campañas contra el uso de las drogas, la violencia, el maltrato infantil, contra el flagelo inhumano de las minas que acaban con los sueños y esperanzas de nuestros pueblos.

No son sólo avisos publicitarios que promueven una compra, que informan de un evento, que promocionan un artículo, que mejoran un objeto, es un mundo cada día más complejo, es una responsabilidad social más grande que obliga a las instituciones a procurar mejores programas, a las empresas en la contratación de profesionales en las comunicaciones visuales pues saben que gran parte de su éxito, de su permanencia en el mercado está en el manejo de su imagen, de la cultura corporativa y en sus comunicaciones, pensando en su propia gente, como seres individuales y valiosos.

Definitivamente, dejamos de ser dibujantes para emprender el camino de la comunicación visual, pasamos de una profesión menor a ser una integral que une esfuerzos con otras disciplinas para prestar mejores servicios y ofrecer mayores opciones, hemos convertido al diseño en una herramienta fundamental en este, el siglo de la tecnología digital, de las comunicaciones satelitales, de la información en la red y, especialmente, en una época en donde el hombre debe tomar conciencia de su responsabilidad con el planeta, con las personas que lo habitamos y con el futuro que debemos dejarle a las nuevas generaciones, un mundo más limpio, menos violento y con la maravillosa posibilidad para mejorar su calidad de vida.

En el siglo XX, la producción en serie ha logrado poner diseños de alta calidad al alcance de millones de personas, y los diseñadores han alcanzado una posición y un prestigio que

antes estaba reservado únicamente a unos pocos. Los museos y las instituciones, como legitimadoras de muchos de los fenómenos artísticos y destinados a la divulgación del arte en general, han abierto sus perfiles, exigiendo del público una mirada más contemplativa y esto a su vez ha generado una nueva sensibilidad estética hacia el diseño en general y a los diseñadores como creadores.

Con todo esto, podremos vislumbrar respuestas para los innumerables interrogantes:

- Compartir con nuestro cliente y hacerlo partícipe activo del proceso.
- Estructurar programas académicos coherentes con la tecnología pero sin dejar a un lado la formación de la persona.
- Valorar la profesión alejándola de mentes pequeñas que no ven sino un horizonte inmediato, negándole la opción de consolidarse como la actividad más importante para los siguientes siglos.
- Quitarnos el temor de dejar que la creatividad expresiva, la estética y el valor de la experimentación se manifiesten por encima de los valores funcionalistas.
- Equilibrar los procesos de diseño y producción gráfica.
- Y dejar por fin que esta profesión tome el lugar que se merece y que ha buscado desde siempre en la historia del hombre.

Para reforzar estas creencias, muchas de las conferencias, ponencias, discusiones con docentes y estudiantes, terminan con la siguiente oración a manera de reflexión:

**Alabado sea el diseño e inmaculados los gráficos que con su poder creativo y fuerza expresiva le deben devolver la imagen al ser humano, para que vuelva a ser el hombre único e indivisible del presente siglo.**

## Bibliografía de Referencia

- Munari, Bruno, Diseño y Comunicación Visual, Gustavo Gilli
- Historia del Arte, Editorial Espasa
- Meggs, Philip. Historia del Diseño Gráfico. Mc. Graw Hill
- Mùller-Brockmann, Josef. Historia de la Comunicación Visual, Gustavo Gilli.
- Conclusiones sobre el Foro de Escuelas, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina

Bibliografía de Referencia

741-009186