

EL DISEÑO GRÁFICO A TRAVÉS DEL DISCURSO DE SUS ACTORES. REFLEXIONES EPISTEMOLÓGICAS

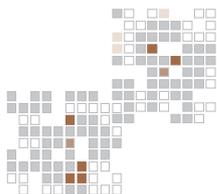
GRAPHIC DESIGN THROUGH ITS ACTORS. EPISTEMOLOGICAL THOUGHTS

DESIGN GRÁFICO ATRÉVÉS DE SEUS ATORES. REFLEXOES EPISTEMOLÓGICAS

Karina Gabriela Ramírez Paredes

■ Docente de la Universidad Autónoma de Nuevo León, UANL. Doctora en Filosofía con acentuación en Estudios de la Cultura y Maestra en Ciencias de la Comunicación por la UANL. Sus trabajos importantes: La (re)construcción del perfil idóneo del diseñador gráfico a través de una formación centrada en la investigación.

■ E-mail: karina.ramirezpr@uanl.edu.mx / karinarmzparedes@gmail.com



RESUMEN

En este artículo se realiza, en primer lugar, un breve recorrido por los orígenes del diseño gráfico y su transformación. También se abordan las perspectivas y definiciones que ha tenido el diseño gráfico desde su concepción, la finalidad es constatar la complejidad de su definición vista desde el discurso de los principales teóricos de la disciplina; asimismo, se propone una nueva conceptualización de la disciplina, la cual permite comprender actividad proyectual desde un punto de vista interdisciplinar en el que la comunicación es el punto de convergencia.

PALABRAS CLAVE: DISEÑO GRÁFICO; COMUNICACIÓN VISUAL; DISCURSO; INTERDISCIPLINA.

ABSTRACT

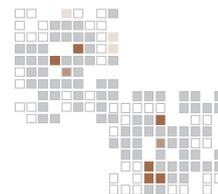
In this paper, first, a quickly review of the graphic design origins and its transformation takes place. It also shows the perspectives and definitions that graphic design has had since its conception, the aim is to verify the complexity of its definition seen from the discourse of the main theorists of the discipline; in concluding, a new conceptualization of the discipline is proposed, which allows understanding graphic design from an interdisciplinary point of view in which communication is the prime focus.

KEYWORDS: GRAPHIC DESIGN; VISUAL COMMUNICATION; DISCOURSE; INTERDISCIPLINE.

RESUMO

Neste trabalho, primeiramente, um breve passeio pelas origens do design gráfico e sua transformação é feito. Também aborda as perspectivas e definições que o design gráfico teve desde a sua concepção. O objetivo é verificar a complexidade de sua definição vista a partir do discurso dos principais teóricos da disciplina; da mesma forma, propõe-se uma nova conceituação da disciplina, que permite compreender a atividade do projeto a partir de um ponto de vista interdisciplinar em que a comunicação é o ponto de convergência.

PALAVRAS-CHAVE: DESENHO GRÁFICO; COMUNICAÇÃO VISUAL; DISCURSO; INTERDISCIPLINA.



1. Introducción

El presente artículo analiza el discurso sobre el diseñador gráfico, con el propósito de examinar las ideas más representativas y los imaginarios discursivos existentes acerca de la profesión, además de presentar una conceptualización que permita conocer más a la disciplina, y aportar al área de conocimiento la construcción y consolidación del quehacer profesional.

El objetivo es presentar un acercamiento a las concepciones del diseño gráfico, con el fin de mostrar sus antecedentes y constatar la complejidad de su definición, así como ubicar a la disciplina en un contexto actual y proponer una nueva conceptualización de la disciplina.

Las particularidades y el alcance que puede tener esta investigación en el escenario contemporáneo van desde la redefinición de la disciplina del diseño gráfico y la presentación de sus imaginarios discursivos, hasta la aportación de algún modelo de investigación que colabore a la mejora de su práctica profesional. El estudio se justifica en virtud de que en el diseño gráfico, por ser una disciplina relativamente nueva en las prácticas relacionadas con la investigación, se cuenta con áreas poco exploradas, como la educación en diseño y los perfiles del diseñador, además existe una preferencia de la práctica por encima del desarrollo de la investigación, fomentando así, la formación de maquiladores y no los productores visuales de alto valor que la sociedad necesita.

2. Fundamentos teórico-metodológicos

La investigación se trabajó bajo el método cualitativo e inductivo. Las principales características del método cualitativo son 1) su objetivo es la captación y reconstrucción de significado, 2) su lenguaje es básicamente conceptual y metafórico, 3) su modo de captar información es flexible y desestructurado, 4) su procedimiento es inductivo y, 5) su orientación es holística y concretizadora (Ruiz, 2012, p.23). En el método inductivo

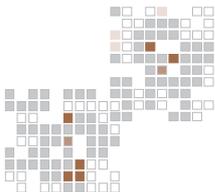
el investigador establece conclusiones generales con base en hechos recopilados mediante la observación, referente a este método Dávila (2006) afirma lo siguiente:

Los investigadores a partir de sus observaciones hacen las inducciones y formulan hipótesis y a partir de ellas hacen deducciones y extraen consecuencias lógicas, si estas son compatibles con el conocimiento aceptado, se procede a la comprobación y se aceptan o rechazan (Dávila, 2006, p. 189).

La investigación cualitativa se consideró pertinente ya que permite aproximarnos a las representaciones discursivas del diseñador gráfico que manifiesta la muestra elegida; además de situar a la profesión a un contexto real, y encontrar los sentidos, valores e ideología plasmados en su discurso. Para fines de la investigación, el método inductivo posibilita, a partir de casos particulares, obtener conclusiones generalizadas que expliquen el fenómeno analizado.

Para el logro del objetivo “Presentar un acercamiento a las concepciones del diseño gráfico, con el fin de presentar sus antecedentes y constatar la complejidad de su definición, así como ubicar a la disciplina en un contexto actual”, se apoyó en información de carácter documental. La investigación de tipo documental es definida por Cázares (1990) de la siguiente forma:

La investigación documental depende fundamentalmente de la información recogida en documentos, entendiéndose por estos todo aquel material de índole permanente, esto es que se puede acudir como fuente o referencia en cualquier momento o lugar, sin que altere su naturaleza o sentido, para que aporte información o rinda cuentas de una realidad o acontecimiento. Las fuentes documentales suelen ser: libros, revistas, periódicos, tratados, actas no-



tariales; documentos filmicos, discos compactos, disquetes y otros de índole electrónico, etc. (Cázares, 1990, p. 18).

En primer lugar, se hizo un breve recorrido de los orígenes del diseño gráfico y su transformación para comprender el contexto técnico, social y cultural de la disciplina, ya que coincidimos con Campi (2013), quien firma que “la historia del diseño representa un importante papel en la construcción del discurso sobre el diseño y debería ayudar a la comunidad del diseño a identificar y discutir problemas éticos, estéticos y sociales” (Campi, 2013, p.27).

Se realizó un meta-análisis¹ de textos que hablan de los orígenes del diseño gráfico, con autores como Lupton y Miller (2015), Campi (2013), Vilchis (2010), Calvera (2010), quienes son los principales precursores en cuanto al análisis historiográfico del diseño, algunos de ellos son diseñadores que se han formado en historia con el fin de analizar el desarrollo que ha tenido la disciplina al paso del tiempo.

El carácter historiográfico resulta imprescindible para la construcción y consolidación del diseño gráfico como disciplina y concepto, lo que ayuda a comprender qué es, de dónde viene y hacia dónde se dirige; esto ayudará a comprender su contexto actual y vislumbrar su futuro. De acuerdo con Córdova (1989), se debe hacer historia para analizar el pasado y proyectarlo del presente al futuro.

Posteriormente, se analizó la conceptualización de la actividad proyectual desde las últimas tres décadas hasta el escenario contemporáneo, y posteriormente se propuso una nueva definición que permite comprender al diseño gráfico desde un punto de vista interdisciplinar.

3. El diseño gráfico: apuntes históricos en México

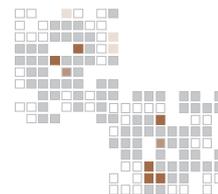
Para comprender la situación actual del diseño gráfico, es necesario conocer su origen y cómo ha sido el proceso de pasar de ser un oficio o tecnicismo, a una profesión y, finalmente, a una disciplina.

El término fue establecido por el norteamericano William Addison Dwiggins, en 1922:

Cuando te enfrentas a las posibles composiciones con los distintos materiales, olvida el arte y utiliza el sentido común desde el primer momento. El papel básico de cualquier diseñador que trabaje con papel es conseguir una presentación clara del mensaje: resaltar los enunciados importantes y colocar los elementos secundarios de forma que no sean desestimados por el lector. Ello requiere de un ejercicio común y una capacidad de análisis más que unas habilidades artísticas (en Newark, 2002, p.10).

Se puede encontrar una amplia bibliografía en la que se analiza el origen y la historia del diseño gráfico, desde los clásicos como *Historia del diseño gráfico* de Philip B. Meggs (primera edición de 1983) y *El diseño gráfico, desde los orígenes hasta nuestros días* de Enric Satué (publicación original de 1988), pasando por *Design, Writing, Research: Writing on Graphic Design* de Ellen Lupton y J. Abbott Miller (primera edición de 1996), hasta llegar a los más contemporáneos, *Guía completa del diseño gráfico: Compendio visual y reseñado sobre el lenguaje, las aplicaciones y la historia del diseño gráfico* de Bryony Gomez-Palacio y Armin Vit (2011), *Diseño e historia: tiempo, lugar y discurso* editado por Oscar Salinas Flores Y Ana María Losada (2010) y *La historia y las teorías historiográficas del diseño* de Isabel Campi (2013).

¹ El meta-análisis es en su esencia una revisión bibliográfica, la cual consiste en comentar, analizar y comparar descriptivamente ensayos (Céspedes, 1995).



Gonzalez-Mardones (2015) afirma que existen tres tendencias que permiten ubicar el origen del diseño gráfico, 1) la invención de la escritura, 2) la invención de la imprenta y los tipos móviles y, 3) la industrialización y la división técnica del trabajo, la evolución de las artesanías y la profesionalización de los cartelistas y dibujantes.

El establecimiento del diseño gráfico emergió del movimiento del arte moderno de principios del siglo veinte y se consolidó como profesión a lo largo de los últimos años. Su sustento teórico proviene de los movimientos vanguardistas, del Constructivismo y de organizaciones como De Stijl y la Bauhaus (Lupton y Miller, 2015).

El diseño moderno surgió como respuesta a la revolución industrial, cuando artistas y artesanos trataron de establecer una crítica para la realización de objetos y medios de comunicación. Así, el diseño se conformó como una crítica a la industria, a pesar de que obtuvo su estatus de madurez y legitimidad al convertirse en un agente de la producción en serie y del consumo masivo (Lupton y Miller, 2015, p.67).

En México, la actividad proyectual u oficio de construir mensajes visuales tiene sus comienzos con la llegada de la imprenta en 1539 y después, a finales del siglo XIX, como servicio de la publicidad (Vilchis, 2010). Quienes cumplían esta función eran técnicos o artistas técnicos, en esta época aún no eran reconocidos como diseñadores (Tiburcio, 2015). De acuerdo con esta autora, el reconocimiento del diseño parte de su enseñanza, primero en la escuela alemana de la Bauhaus en 1919, posteriormente, con la llegada de su influencia pedagógica a América y finalmente, en 1968, inicia la formación de diseño gráfico en la Universidad Iberoamericana Ciudad de México, en México.

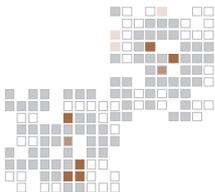
Desde entonces el diseñador gráfico se ha visto envuelto en diversos debates dentro del gremio,

donde se discuten enfoques sobre su conceptualización y sobre todo su actividad y responsabilidad, ya que existen diversas definiciones contradictorias que pueden llevar a la confusión y desconocimiento de la disciplina, incluyendo la variedad de nombres con los que, de acuerdo con Ibáñez (2002) se le conoce, por ejemplo, diseño de comunicación gráfica, diseño de la comunicación visual, diseño de la información, etc.

Calvera (2010) plantea tres orígenes del diseño, el primero data del diseño como fase dentro del proceso productivo (en la era de la industrialización), siendo la función del diseño una parte de la estructura de una fábrica; el segundo da pie a una cultura del diseño como una práctica estética vinculada al universo de lo cotidiano, con una carga de misión civilizadora, mas no trascendentemente social, lo que da paso al tercer origen, la profesionalización del diseño, donde se consolida la actividad, “tiene lugar cuando los diseñadores se organizan en asociaciones para dar a conocer su profesión ante el público” (Calvera, 2010, p.67).

Con la necesidad de agruparse, surge en 1944 el *Design Council*; en 1952 el AGI (*Alliance Graphique Internationale*), en 1958 el AIGA (*American Institute of Graphic Arts*), *the professional association for design* y, en 1963 el *ICONOGRADA* (Consejo Internacional de Asociaciones de Diseño Gráfico), mientras que en México es hasta 1991 que nace La Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño Gráfico ENCUADRE, y posteriormente con su apoyo y como respuesta a la necesidad de impulsar el reconocimiento del diseño se genera COMAPROD (Consejo mexicano para la acreditación de programas de diseño) en el año 2003.

Para este artículo, se propone un cuarto origen: el diseño como disciplina. A pesar de que Norberto Chaves (2003, p.131) afirma que “el diseño en su conjunto carece prácticamente de existencia disciplinar. En caso de existir disciplina tal,



se trataría de una disciplina vacía, abstracta; una mera fase de un proceso productivo”, a catorce años de dicha aseveración, se puede decir que cada vez hay más análisis en torno al diseño gráfico, se ha presenciado un crecimiento en posgrados de diseño, en donde éste se convierte en un tema de investigación y generación de conocimiento. Actualmente existen diversas investigaciones en torno a la conceptualización y enseñanza del diseño gráfico, así como relacionadas con la interacción que tiene con otros fenómenos sociales y culturales; para Margolin (2005) existe una creciente corriente de alternativas relacionadas con las investigaciones sobre diseño. Las investigaciones y debates hoy en día tratan sobre las cambiantes realidades que estimulan a la disciplina, así como el rumbo que ha tomado el diseño gráfico contemporáneo sin alejarse de sus mitos de origen, pero coinciden en que sí ha ido logrando una objetivación social de la actividad proyectual.

Finalmente, se puede confirmar que el diseñador gráfico ha pasado por distintas etapas a lo largo de la profesión, al principio al servicio de la industrialización y la publicidad, para ahora coadyuvar a la cultura por medio de la comunicación visual, que sirve para poner en común a la sociedad local y global a través de la visión científica que aporta el diseño como disciplina. Entonces, queda olvidada su identidad de oficio o tecnicismo y se logra visualizar a la intuición y la creatividad como una cualidad del espíritu del diseño y se empieza a entender la complejidad de las interrelaciones de las que se puede componer la disciplina.

4. Re-definir el diseño gráfico: perspectivas y definiciones

Ubicar una definición sobre el diseño gráfico que permita aclarar el quehacer de la profesión,

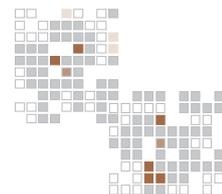
no es cuestión simple, en palabras de Glaser “como diseñadores, nos ha preocupado durante mucho tiempo cuál es nuestra función en la sociedad” (2014, p.9); es decir, el papel desempeñado en la vida civil es un factor de igual forma importante para el diseñador.

El diseño gráfico traspasa las barreras del lenguaje hablado, integrando al hombre con el entorno, estableciendo una relación entre el productor con el consumidor, convirtiéndose así en un medio al servicio de la cultura y la alfabetización de los pueblos (Sánchez, 2012). En este orden de ideas Glaser afirma lo siguiente: “chapas, *flyers*, carteles, postales, camisetas y libros. Qué primitivos son los medios que tenemos para discrepar. Y aun así creo que estas modestas herramientas pueden ayudar a cambiar la historia” (2014, p.14).

Esqueda firma que “un primer problema que se plantea para el estudio del diseño gráfico es el de su ubicación dentro de una definición que permita aclarar su especificidad” (Esqueda, 2003, p.17).

Goldfarb asevera que “el diseño es una profesión que no tiene identidad clara en la mente del público en general. Diseño es una palabra muy usada y puede significar muchas cosas” (Goldfarb, 1998, p.21). Se articula lo anterior con la idea de Guzmán (2002) para quien es necesario discutir sobre la reconstrucción del diseño ya que se requiere de un consenso que permita ubicar de manera diferente la profesión porque necesita ser reconocida por los otros – no diseñadores – en un solo sentido y dirección para lograr su madurez, individualidad y supervivencia, además de consolidar a la profesión de forma digna y relevante para la cultura útil para la sociedad.

Gonzalez-Mardones propone que “la mejor manera de definir diseño es a través del propio diseño” (2015, p.71):



El diseño es exactamente el gráfico que lo define, es un lenguaje que ofrece una solución a un problema, que transmite información a la sociedad y que a su vez genera conocimiento, que nace fruto de una pregunta ¿qué es el diseño? Y se configura a través de un proceso metodológico, (un vaciado bibliográfico, una investigación de teóricos expertos en el tema, una recopilación de definiciones, una clasificación de las mismas, una extracción de conceptos clave, etc.), un proyecto que concluye con el uso del lenguaje propio del diseño para organizar información, transmitirla, devolverla a la sociedad y con ella generar conocimiento y valores (Gonzalez-Mardones, 2015, p.71).

La dificultad de consolidar la profesión se puede deber a los cambios que han sufrido el diseño y la sociedad, un ejemplo es la afirmación que hace Cardoso (2014):

De acuerdo con el sentido común (que todavía se enseña en algunas escuelas), un diseñador no es un artista, tampoco es artesano, ni arquitecto, ni ingeniero, ni estilista, ni mercadólogo, ni publicista, etc. Entre todas las advertencias sobre lo que no deben ser, muchas veces se olvida decir a los alumnos qué es lo que pueden llegar a ser en realidad. La respuesta tiene dos partes: por un lado, no son nada de lo anterior; por otro, son todo eso y más (Cardoso, 2014, p.156).

De acuerdo con Scott (2005, p.1), “el diseño es

toda acción creadora que cumple su finalidad”. Juliette Cezzar (s.f.) por medio del AIGA (American Institute of Graphic Design Arts), afirma que el diseño gráfico, también conocido como diseño de comunicación, es el arte y la práctica de planear y proyectar ideas y experiencias por medio de un contenido visual y textual. La forma de la comunicación puede ser física o virtual, y puede incluir imágenes, palabras o formas gráficas.

Debido a la diversidad en las concepciones del diseño gráfico, Gonzalez-Mardones (2015) plantea una clasificación de las definiciones en diez categorías:

1. Diseño como expresión del autor – diseño como arte
2. Diseño como proceso proyectual
3. Diseño bajo la máxima *Less is More* / Diseño como forma – función
4. Diseño como mediador
5. Diseño como prefiguración
6. Diseño como factor cultural y herramienta competitiva
7. Diseño como comunicación / Diseño como práctica discursiva
8. Diseño como actividad profesional
9. Diseño como solucionador de problemas
10. Diseño como negocio (Gonzalez-Mardones 2015, p.49).

Existen innumerables definiciones del término diseño gráfico, como muestra de la diversidad de la profesión, vale la pena exponer algunas en las que se puede ver reflejada la propuesta de Gonzalez-Mardones (2015). En la Tabla 2 se presentan las ideas más representativas de algunos autores:

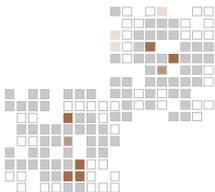


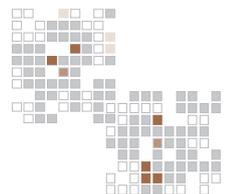
Tabla 1. Algunas definiciones de diseño gráfico

Definición	Fuente
El diseño gráfico crea y organiza mensajes visuales por medio de sistemas comunicacionales, cuyo objetivo es comunicar de manera eficiente un mensaje establecido por signos, símbolos e imágenes a un receptor en particular, el mensaje puede ser enviado por medios impresos, visuales, auditivos o multimedia.	Costa, 1989
La acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados.	Frascara, 2000, p.19
El diseño gráfico es un servicio a la comunicación que se reclama cuando ésta no pueda cumplirse satisfactoriamente de un modo espontáneo. Diseño gráfico es “redacción de mensajes técnicamente especializada” y nada más.	Chaves, 2002, p.134
Es la disciplina que, partiendo de un conocimiento interdisciplinario y funcionando epistemológicamente como un arte liberar, tiene por objetivo enriquecer las situaciones humanas a través de los argumentos comunicativos que genera para la vida social a través de las imágenes y las palabras.	Tapia, 2004, p.34
El diseño gráfico es una clase de lenguaje que sirve para comunicar. Se emplea para hablar de alguien sobre algo que quiere, o que tú crees que quiere, o que otra persona piensa que quiere.	Twemlow, 2007, p.6
El diseño es una disciplina en constante evolución y dinámica. El diseñador entrenado profesionalmente intenta crear el entorno visual, material, espacial y digital, consciente de la experiencia, empleando enfoques interdisciplinarios e híbridos para la teoría y práctica del diseño. Comprenden el impacto cultural, ético, social, económico y ecológico de sus esfuerzos y su responsabilidad hacia las personas y el planeta, tanto en el ámbito comercial como no comercial. Un diseñador respeta la ética de la profesión del diseño	Icograda, 2013

Fuente: Propio autor.

Resulta necesario poner en claro cómo se conceptualiza hoy en día el diseño como disciplina y por tanto, aclarar cómo el oficio de diseñar se establece en una actividad que requiere de trabajo intelectual y práctico, por tanto se descubre un diseñador como profesional de la práctica del diseño, pero también de la práctica de la investigación consciente como actividad inherente.

Ver al diseñador como investigador resulta pertinente, debido al compromiso que asume (o debe asumir) con la sociedad y los múltiples alcances que tiene la profesión; esta idea se vincula con la afirmación de Cardoso, “el diseño tiende al infinito, es decir, a dialogar en alguna medida con casi todos los demás campos del conocimiento” (2014, p.158).



Como se ha visto hasta ahora, hablar de diseño es hablar de un terreno incierto con múltiples aproximaciones y contextos, ya que es una profesión en constante evolución debido a los cambios tecnológicos y su adaptación a la sociedad. La carrera ha asumido mayor campo de acción, y responsabilidad porque busca generar impacto en el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente. Es por estas razones que el diseño gráfico ya no solo se relaciona con el arte, sino también con la comunicación, pero sobre todo establece fronteras con la ingeniería, la sociología, la semiótica, la mercadotecnia, la publicidad, las matemáticas, filosofía, antropología, historia, geografía, etcétera.

Lo anterior se manifiesta también en lo afirmado por Cardoso (2014):

Al mismo tiempo, el diseño es un área informacional que influye en la valoración de las experiencias cada vez que la gente hace uso de objetos materiales para emprender interacciones de orden social o conceptual. En este sentido, se abre a otras áreas que trabajan con la atribución de valor abstracto y subjetivo, como la publicidad, el marketing y la moda, y toca tangencialmente cada una de esas áreas en varios puntos. En suma, puede decirse que el diseño es un campo especialmente híbrido, que opera el vínculo entre cuerpo e información, entre artefacto, usuario y sistema. Con la creciente importancia de la inmaterialidad y de los ambientes virtuales en nuestras vidas, la frontera entre esos dos aspectos del diseño (la conformación y la información) tiende a volverse cada vez más borrosa (Cardoso, 2014, p.158).

Con relación a esta idea, en una entrevista publicada en 1982, en la revista de diseño *Skyline*, Foucault señaló que el diseño se vuelve poderoso solamente cuando entra en los dominios de otros

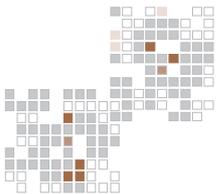
discursos, por ejemplo, cuando los gobiernos ven a la estructura de la ciudad como un modelo para el estado, o cuando la justicia criminal ve a la disposición de las prisiones como un medio para controlar a los reclusos, o cuando la medicina entiende a la vivienda sanitaria como una técnica para prevenir enfermedades (Lupton y Miller, 2015).

Vilchis (1999) entiende a la profesión de la siguiente manera:

El diseño ha de buscar sus verdades en el marco de la cultura misma, entendida como una totalidad en la que hay que distinguir las circunstancias y relaciones de los objetos - y sus peculiares formas de captación y transformación - con la pluralidad social de los seres humanos y sus concepciones - interculturalismo, erotismo, esteticismo, teísmo, etc. - en una visión antropológica que entiende al hombre en su integridad, inmerso en el devenir de la cultura toda - esencia, conocimiento, especies, jerarquía y relaciones de los valores humanos (Vilchis, 1999, p. 34).

Entonces, resulta fundamental para el diseñador gráfico ser consciente del contexto social para el cual trabaja, importa hacer tangible el pensamiento de otra persona y transformar una idea en comunicación visual para poner en común a la sociedad, es por ello que Navas afirma que “el diseño es más que un hecho, es un estilo de vida en el que nuestras ideas y proyecciones cobran vida para forrar de imágenes nuestros días” (2008, p.241).

En este sentido, la visión del diseño gráfico que se propone en este artículo se resume en la siguiente conceptualización: el diseño gráfico es una disciplina que busca impactar a la sociedad y mejorar las situaciones o circunstancias sociales a través de la comunicación visual, por medio del diálogo con otros campos del conocimiento



y el trabajo interdisciplinario. Es una disciplina que requiere trabajo intelectual e investigativo debido al compromiso que asume con la cultura, la ética, la responsabilidad social, el medio ambiente, entre otros; también requiere un trabajo práctico al tener que comprender, planear y proyectar ideas por medio de la visualidad. Tales son las orientaciones que guían el desarrollo de esta investigación.

5. Conclusión

Desde sus comienzos, el diseño gráfico ha evolucionado como práctica para convertirse en una disciplina que no solo requiere de trabajo técnico, sino intelectual. La transformación del diseño ha permitido que sus profesionales incursionen en la investigación para consolidar un discurso sobre la disciplina y atender la necesidad de una construcción identitaria que da contenido y sentido al diseño gráfico, brindando así, la legitimación de la disciplina, tanto para los diseñadores gráficos, como para la sociedad en general.

El conocimiento histórico del diseño gráfico permitió conocer a profundidad no sólo las pautas que lo han conformado, sino también su crecimiento en cuanto al quehacer de la disciplina y lo que conlleva hacer diseño gráfico. Por ello se hizo un breve recorrido de los orígenes del diseño gráfico y su transformación conceptual y práctica, en donde se ubicaron los factores que han marcado pautas importantes en el cambio de la disciplina.

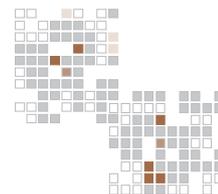
Entre estas pautas se encuentran: 1) la invención de la escritura, 2) la invención de la imprenta y los tipos móviles y, 3) la industrialización y la división técnica del trabajo, la evolución de las artesanías y la profesionalización de los cartelistas y

dibujantes (Gonzalez-Mardones, 2015), 4) la cultura del diseño como una práctica estética, 5) la profesionalización del diseño (Calvera, 2010) y, 6) el diseño como disciplina, desde el cual se puede hacer investigación, pero que también funge como objeto de estudio.

Margolin (2005) afirma que “no conocer la historia es renunciar a un espacio externo al sistema, donde podemos encontrar alternativas para el cambio” (p.332-333). Al respecto, el mismo autor afirma que:

Quando la historia, la teoría y la crítica son excluidas del pensamiento del diseño, la importancia de las condiciones sociales de la práctica del diseño se torna borrosa [...] Sin embargo, no es suficiente con volver a admitir simplemente el juicio y la experiencia en la imaginación del diseño. Estas cualidades requieren análisis y formación, deben ser tratadas como temas por derecho propio (Margolin, 2005, p. 332).

Entonces, por lo arriba expuesto, se puede decir que conocer la historia del diseño gráfico resulta fundamental ya que permite despertar en los productores visuales una conciencia crítica que les dé oportunidad de ubicarse en su contexto, e identificar y comprender problemas sociales tanto éticos como estéticos, desde una cosmovisión histórica, con el fin de afrontar esos problemas e inspirar al cambio. Ver al diseñador gráfico como investigador, da una pauta para la formación de profesionales críticos, analíticos, con una apertura a nuevos problemas y la búsqueda de sus posibles soluciones, por medio de la fluidez y flexibilidad intelectual que brinda tanto la investigación, como el conocimiento histórico de la profesión.



Referencias

- CALVERA, Ana. Cuestiones de fondo: la hipótesis de los tres orígenes del diseño. In: SALINAS, Oscar; LOSADA, Ana María (ed.). *Diseño e Historia: tiempo, lugar y discurso*. México: Editorial Designio, 2010. p. 63-85.
- CAMPI, Isabel. *La historia y las teorías historiográficas del diseño*. México: Editorial Designio, 2013.
- CARDOSO, Rafael. *Diseño para un mundo complejo*. México: Ars Optika Editores, 2014.
- CASTRO, Maricruz. Imágenes y representaciones en el periodismo de izquierda en México. In: *Revista Palabra Clave*, 9(2), 2006. Disponible en: <<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2360125.pdf>> Acceso en: 10 sep. 2016
- CÁZARES, Laura (ed.). *Técnicas actuales de investigación documental*. México: Trillas, 1990.
- CÉSPEDES, Alfredo. El meta-análisis. In: *Revista Cubana de Medicina Militar*, 1995. Disponible en: <http://bvs.sld.cu/revistas/mil/vol24_2_95/mil11295.htm> Acceso en: 23 may. 2015.
- CEZZAR, Juliette. *What is graphic design?* Disponible en: <<http://www.aiga.org/what-is-design/>> Acceso en: 20 abr. 2015.
- CHAVES, Norberto. *El oficio de diseñar. Propuestas a la conciencia crítica de los que comienzan*. Barcelona: Gustavo Gili, 2002.
- CHAVES, Norberto. *Ni arte ni parte. Crítica de las argumentaciones predominantes acerca del carácter artístico o extra-artístico de la práctica del diseño*. Disponible en: <https://www.norbertochaves.com/articulos/texto/ni_arte_ni_parte> Acceso en: 18 feb. 2019.
- CÓRDOVA, Arnaldo. La historia, maestra de la política. In: HUERTA, Eugenia. *Historia, ¿para qué?* México: Siglo XIX, 1989.
- COSTA, Joan. *Imagen Global, Enciclopedia del Diseño*. España: Editorial CEAC, 1989.
- DÁVILA, Gladys. El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales. In: *Laurus* 12, 2006. Disponible en: <<http://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=76109911>> Acceso en: 26 may. 2014.
- ESQUEDA, Román. *El juego del diseño*. México: Editorial Designio, 2003.
- FRASCARA, Jorge. *Diseño gráfico y comunicación*. Argentina: Ediciones Infinito, 2000.
- GLASER, Milton. *Diseñador/Ciudadano. Cuatro lecciones breves (más o menos de diseño)*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2014.
- GOLDFARB, Roz. *Éxito a través del diseño, guía para el éxito y la supervivencia en el Diseño*. México: Biblioteca Gestión del Diseño, Ramón Llaca, 1998.
- GOMEZ-PALACIO, Bryony; VIT, Armin. *Guía completa del diseño gráfico. Compendio visual y reseñado sobre el lenguaje, las aplicaciones y la historia del diseño gráfico*. España: Parramón Ediciones, 2011.
- GONZALEZ-MARDONES, Sheila. *El diseño gráfico y sus profesionales. Retos y definiciones*. 380 p. Tesis (Doctorado en Estudios Avanzados en Producciones Artísticas) – Departamento de Diseño e Imagen, Universidad de Barcelona, 2015.
- IBÁÑEZ, Paloma. La cambiante definición del diseño. In: TAPIA, Alejandro (ed.) *Reconstrucción del término diseño*. México: Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño, ENCUADRE, 2002, p.135-148.
- ICOGRADA. *Definitions*. Disponible en: <<https://www.ico-d.org/about/index#defining-the-profession>>. Acceso en: 18 feb. 2018.
- LUPTON, Ellen; MILLER, Abbott. *Teoría visible: La escritura en el diseño gráfico. diseño/escritura/investigación*. México: Ars Optika Editores, 2015.
- MARGOLIN, Victor. *Las políticas de lo artificial*. México: Editorial Designio, 2005.
- MEGGS, Philip. *Historia del diseño gráfico*. México: Editorial Trillas, 2005
- NAVAS, Cesdrubal. De diseñador a diseñador... el diseño no tiene fronteras. In *Escritos rápidos sobre el Diseño y el Encuentro. Actas de Diseño* 3(6), 2008. Disponible en: <<https://bit.ly/2XafiVS>>. Acceso en: 18 feb. 2018
- NEWARK, Quentin. *¿Qué es el diseño gráfico?* México: Gustavo Gili, 2002.
- RUIZ, José Ignacio. *Metodología de la investigación cualitativa* (5ta ed). Bilbao: Universidad de Deusto, 2012.
- SALINAS, Oscar; LOSADA, Ana María (ed.). *Diseño e Historia: tiempo, lugar y discurso*. México: Editorial Designio, 2010.
- SÁNCHEZ, María Eugenia. El Diseño Gráfico y su aportación a la divulgación científica. In *Actas de Diseño*, 6(13), 2012. Disponible en: <<http://goo.gl/HtL5C6>>. Acceso en: 9 sep. 2014.
- SATUÉ, Eric. *El diseño gráfico: desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid: Alianza Forma, 1988.
- TAPIA, Alejandro. *El diseño gráfico en el espacio social*. México: Designio, 2004.
- Tiburcio, Carmen. *La sociedad red del siglo XXI y el diseño gráfico: Formación y ejercicio profesional de los diseñadores*. México: Universidad Iberoamericana Puebla y COMAPROD, 2015.
- TWEMLOW, Alice. *¿Qué es el diseño gráfico?* México: Gustavo Gili, 2007.
- VILCHIS, Luz del Carmen. *Diseño, universo de conocimiento; investigación de proyectos en la comunicación gráfica, Claves Latinoamericanas*. México: UNAM/ENAP/CJA, 1999.
- VILCHIS, Luz del Carmen. *Historia del diseño gráfico en México, 1920-2010*. México: Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura, 2010.

