



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MEXICO
POSGRADO EN ARTES Y DISEÑO
FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO**

**REFLEXIONES SOBRE LA FORMACIÓN DEL DISEÑADOR Y
SU INSERCIÓN AL CAMPO LABORAL**

TESIS

**QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:
MAESTRA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL**

PRESENTA:

ANA ISABEL GALVÁN FABIÁN

TUTOR

Dr. MARCO ANTONIO SANDOVAL VALLE (FAD)

MIEMBROS DEL COMITÉ TUTOR

DRA. ELIA DEL CARMEN MORALES GONZÁLEZ (FAD)

MTRO. JULIÁN LÓPEZ HUERTA (FAD)

DRA. MARTHA PATRICIA CERECEDO ROBLES (FAD)

MTRA. MARÍA SOLEDAD ORTÍZ PONCE (FAD)

Ciudad de México. Julio 2017

UNAM
POSGRADO
Artes y Diseño 



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INDICE

INDICE	5
INTRODUCCIÓN	7
I. LA FORMACIÓN DEL DISEÑADOR	15
1.1. Antecedentes académicos generales de la licenciatura en Diseño y Comunicación Visual en México	17
1.2. Generalidades sobre la formación universitaria del diseñador y comunicador visual de la Escuela Nacional de Artes Plásticas, UNAM	27
1.3. Gestión en el diseño	43
II. SOCIEDAD Y DISEÑADOR	49
2.1. Interacción sociedad-diseñador	57
2.2. Aproximaciones al campo laboral	65
2.3. Remuneración y diseñador	77
III. LA INSERCIÓN DEL DISEÑADOR EN EL CAMPO LABORAL	93
3.1. Análisis general sobre la formación del diseñador	95
3.2. Sobre la inserción del diseñador en el medio laboral	101 111
3.3. Formación del diseñador y su inserción en el campo laboral	125
CONCLUSIONES	135
FUENTES DE INFORMACIÓN	147
ANEXOS	

INTRODUCCIÓN



Esta investigación surge a partir de la inquietud sobre la inserción en el campo laboral del recién egresado de la carrera de diseño de la Escuela Nacional de Artes Plásticas (ahora FAD) de la UNAM. Existen diversos factores que intervienen al ingresar en el campo laboral, en ocasiones favorables y en otras no tanto, como por ejemplo, el concepto que tienen algunos estudiantes sobre la actividad profesional, así como el salario, horario, entre otros.

Cuando el diseñador decide integrarse a la vida laboral, ya sea durante la carrera o cuando concluye con sus estudios, comienza una exploración profesional de diferentes naturalezas: puede iniciar su actividad de manera independiente, ingresar a una empresa privada o trabajar en alguna institución del gobierno, entre otros. En algunos casos, obtiene una condición justa en cuanto al trato, al desarrollo personal y profesional; mientras que en otros casos, el proceso es largo y lento o simplemente no existe certeza alguna en la contratación.

A lo anterior, se suma el elemento económico. En el caso de algunos estudiantes de la FAD, no siempre cuentan con los medios para desarrollar los proyectos de un cliente o los propios y tienen que buscar diversas formas para subsistir y llevar a cabo sus proyectos, como por ejemplo: se colocan en diversos puestos, aunque no necesariamente en el área del diseño, y de este modo aceptan trabajos de becario, con el beneficio de la flexibilidad de horario pero con un sueldo bajo.

Por otro lado, el diseñador no encuentra una adecuada orientación sobre sus actividades profesionales, pues, aún en la actualidad, la sociedad desconoce las características de su carrera como lo son su formación, desarrollo y práctica. Aunado a

esto, el uso masivo de las nuevas tecnologías y su bajo costo, favorece a la desvalorización del trabajo especializado del diseñador.

Durante la elaboración de esta investigación, se observó poca información sobre la inserción del diseñador al campo laboral, en particular de la FAD. En este sentido, el objetivo de la investigación es obtener un panorama general sobre la inserción del diseñador de la ENAP al campo laboral a partir de experiencias de sus egresados de la generación 2007-2011, en contraste con las expectativas de diseñadores en formación en el periodo comprendido de 2013 a 2014. A partir del contraste de experiencias, surgen una serie de recomendaciones, las cuales, se espera que puedan ser tomadas en cuenta por presentes y futuros diseñadores de la FAD.

Es por ello que esta investigación va dirigida a diseñadores en formación o recién egresados de la FAD (antes ENAP). Busca generar una reflexión en torno a la experiencia del diseñador en el inicio de su actividad laboral a partir de diferentes perspectivas que se tiene en algunas de las etapas por las cuales atraviesa. A partir de un análisis descriptivo, se exploran las diferentes situaciones por las que transita el diseñador como lo es su formación e inserción, así como las distintas dinámicas que se presentan. Los datos de la investigación se sustentan en diversos métodos cualitativos y cuantitativos como lo son la observación, las entrevistas y encuestas, así como cuestionarios sobre la formación de los estudiantes, su egreso, el campo laboral, la inserción del diseñador al medio y la remuneración. Asimismo, se cuentan con reflexiones de diseñadores activos que se encuentran laborando y aportan sus experiencias.

Para la obtención de datos particulares, se realizó trabajo de campo dentro la Facultad de Artes y Diseño con estudiantes de la licenciatura de Diseño y Comunicación Visual de todos los semestres del periodo comprendido de octubre de 2013 a marzo de 2014. Lo

anterior, forma parte primordial de la investigación, ya que a partir de los entrevistados, se inicia la reflexión de la presente investigación,¹ claro está, junto con los datos que se obtienen de diseñadores egresados de la ENAP de la generación 2007-2011 por medio de cuestionarios y entrevistas, en las cuales aportan información sobre su experiencia en el medio laboral, como por ejemplo los elementos que coadyuvaron para su inserción laboral y las diversas dinámicas a las que se enfrentaron.

También se comparan referencias de resultado general publicadas por la UNAM con datos del Departamento de Titulación de la FAD, el Observatorio Laboral, información sobre las carreras del Instituto Mexicano para la Competitividad A.C. y la revista a! Diseño. Se pudo constatar que la revista a! Diseño realiza una investigación aislada sobre sueldos y niveles de satisfacción de diseñadores gráficos e industriales a nivel nacional de cualquier institución de formación, sin importar si es: industrial, textil, de envases, de identidad, web, editorial. Con los datos estadísticos que se obtienen de manera directa de los egresados de la generación 2007-2011 de la FAD, se conoce el estado que guarda el diseñador y se observa que existen diferencias en la percepción de la remuneración, así como el los niveles de satisfacción.

El cuerpo de la investigación se divide en tres secciones: en el capítulo uno “Formación del diseñador” se analiza el área académica y formativa, en él, se revisan los antecedentes académicos generales de la licenciatura en Diseño y Comunicación Visual así como las situaciones que surgen durante la formación y cómo esta ha cambiando con el avance de la tecnología, junto con las modificaciones en las funciones a las que

1 Al igual que los estudiantes que asistieron al taller intersemestral “cómo vender diseño gráfico” que impartió el maestro Iván Silva Díaz en la FAD semestre 2015-2, con la finalidad de obtener información directa sobre la formación universitaria, ya que al ser un curso sin créditos para la carrera, varios asisten para complementar su formación, siendo atraídos por la posibilidad de aprender a negociar el diseño y vender el diseño, ya que siguen presentando diversas inseguridades al insertarse al campo profesional.

se ha enfrentado. También se analiza el concepto de formación, el cual es fundamental en esta investigación, ya que representa, la formación universitaria como una preparación intelectual que lleva a cabo el diseñador, pero que en ningún momento se separa de la formación personal que pueda tener en su vida diaria y cómo estas influyen en el ámbito laboral.

De esta manera, durante la investigación se trabaja con una generación de egresados de la entonces ENAP ahora FAD y con diseñadores en formación de varios semestres de 2013-2014, ambos de la licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, aunque debido a los cambios en los planes de estudio la formación es diferente pero siempre manteniendo los objetivos de: “Formar profesionales con una actitud ética, crítica, responsable, con una visión humanística, que le permita proponer, sustentar, evaluar y decidir, soluciones funcionales(...)” (VER ANEXO B)

En el capítulo dos “Sociedad y diseñador”, se estudia la interacción sociedad-diseñador. Se parte del principio que “El diseño no es una institución autónoma: carece de doctrina y meta propias y no tiene más realidad que la asignada por la sociedad a la cual sirve.”² El propósito del diseño es siempre ajeno al del diseñador, ya que está determinado por el cliente o la sociedad. No hay que olvidar que el diseñador está en contacto directo con la sociedad, en un proceso constante de afectación, intercambio y transformación, aunque en ocasiones, los propósitos no son planteados por la sociedad, sino por el propio diseñador en un acto de individualismo, dejando de lado el crecimiento profesional, lo que genera un estancamiento y cambio de dinámicas de la misma.

Por otra parte, se observa la inserción del diseñador en su área de trabajo, a partir de la perspectiva de diseñadores que ya se encuentran en el medio y la remuneración que perciben, también la expectativa

² Norberto Chaves. *Definir al diseño: nada más fácil*. artículo on line: http://148.206.107.15/biblioteca_digital/articulos/15-393-5886eux.pdf (fecha de consulta: 25 de enero de 2015)

que tiene el diseñador en formación universitaria, así como los datos estadísticos que publican diversa información sobre características y el comportamiento de las ocupaciones y profesiones en México.

Para finalizar, en el capítulo tres “La inserción del diseñador al campo laboral”, se describen los fenómenos que se presentan durante el periodo de búsqueda laboral del diseñador; la conclusión de la formación universitaria y los diversos perfiles con el cual se pretende que cumpla el diseñador según las instituciones educativas y algunos autores, además se contrastan con los datos que se obtienen de la generación de la ENAP (ahora FAD) los cuales surgen de la observación, para así obtener un panorama de esta etapa del profesional del diseño.

Una de las premisas de esta investigación es que el gremio de los diseñadores puede apoyarse mutuamente al compartir y difundir el conocimiento que obtiene durante el ejercicio profesional.

Conocer los fenómenos que ocurren en la inserción del diseñador al campo laboral puede dar un panorama del estado de la formación y del medio, lo cual ayudará a identificar las problemáticas que tiene el diseñador y a partir de ello, plantear posibles soluciones.

La contribución de esta investigación se sustenta a partir de la difusión de las experiencias e información de la profesión, para que el diseñador pueda generar su propia reflexión y un desarrollo del individuo a través del trabajo. Asimismo, el diseñador puede comprender que las opciones de trabajo dependen de otros elementos, de los cuales no tiene un control, aún si cuenta con una preparación universitaria, ya que no es lo único que influye en su inserción, pues éste también tiene que ver el entorno en donde se encuentre y donde se quiera insertar, como por ejemplo las condiciones laborales de la empresa, lo que suceda con la economía y la sociedad.



Capítulo I

LA FORMACIÓN DEL DISEÑADOR



La revisión de los antecedentes que contribuyeron a la consolidación de la licenciatura en Diseño y Comunicación Visual le es útil al diseñador como referencia y conocimiento de los orígenes, de dónde proviene esta profesión, a fin de reflexionar sobre lo que está sucediendo y proyectar las situaciones laborales futuras.

En cuanto a su historia, puede considerarse reciente, pues el nombre de Diseño y Comunicación Visual en la Universidad Nacional Autónoma de México tiene su origen en 1997 con la fusión de la licenciatura en Diseño Gráfico¹ y la de Comunicación Gráfica; con esta unificación se constituye la nueva carrera, toma de

1 En el caso del diseño gráfico, su consolidación pasó por muchos cambios: [1969 Universidad Iberoamericana que consideraba “el papel del Taller de Diseño como columna vertebral” (...)] [1972-, Universidad de Monterrey (Lic. en Diseño Gráfico).] [1973-, Universidad Autónoma Metropolitana unidad Azcapotzalco, con una primera generación de 25 alumnos. Martín L. Gutiérrez, director del área de Ciencias y Artes para el Diseño, implantó un esquema vigente hasta hoy, en el que teoría y práctica están vinculadas a lo largo del programa de estudios.] [1973-, UNAM/ENAP. Su antecedente más claro se sitúa en los cursos que estableció el Programa de Estudios, de la Escuela Nacional de Artes Plásticas de Diego Rivera en 1929 con el título de «Cursos Nocturnos de Carteles y Letras para Trabajadores». Posteriormente, en la ENAP ya en el seno de la Universidad Nacional Autónoma de México, durante el periodo de Manuel Rodríguez Lozano, en 1939, se establecieron cursos de «Dibujo Publicitario» y en 1959, bajo la dirección de Roberto Garibay se estableció la carrera de Dibujante Publicitario. En la UNAM esa carrera evolucionó rápidamente y, más tarde, con la enseñanza institucionalizada y reconocida socialmente como elemento integrado a diversos procesos de producción y desarrollo económico, social y cultural, se transformó en las Licenciaturas en Comunicación Gráfica y Diseño Gráfico en 1970.] [1977-, Universidad Autónoma de San Luis Potosí. 1978-, Universidad Anáhuac.] [1986-, Universidad de las Américas. En 1970, abre la carrera de Artes Liberales y para 1978, se inician las Licenciaturas de Artes Gráficas, Fotografía y Diseño de Interiores.] [1988-, Universidad Intercontinental.] Cf. Silvia Fernández, Gui Bonsiepe (coordinación), *Historia del diseño en América Latina y el Caribe. Industrialización y comunicación visual para la autonomía*, Brasil, Blücher, 2008.

ellas las coincidencias y se complementa con el término de comunicación visual, que no restringe el diseño al campo de lo impreso, sino que permite integrarlo y relacionarlo con el entorno visual.

El diseño de comunicación visual, tal como lo conocemos ahora, desarrolla sus elementos esenciales en los años '20, e inicia otro cambio fundamental en los años '50, cuando, a causa de la influencia de nuevos conocimientos desarrollados en psicología, sociología, lingüística y comercialización, el objetivo del diseñador deja de ser la creación de una obra artística y pasa a ser la construcción de una comunicación eficaz. A partir de 1990, estamos presenciando otro cambio, fundamentalmente debido a los desarrollos tecnológicos, que han llevado a atraer la atención a la interacción entre el público y los mensajes.²

Los cambios se reflejan en las instituciones de educación superior que se encargan de la formación del diseñador, cuyos lineamientos se sustentan en el artículo tercero de la constitución política de los Estados Unidos Mexicanos, la cual dentro del apartado VII indica los fines que aquéllas realizarán: educar, investigar y difundir la cultura,³ y el principio de que todo individuo tiene derecho a recibir educación con un desarrollo armónico de las facultades del ser humano y respeto a los derechos humanos y a la patria con conciencia de solidaridad internacional en la justicia.

Las distintas instituciones privadas y públicas que imparten la licenciatura de Diseño y Comunicación Visual reflejan en sus modelos educativos diversos planteamientos, objetivos, metas y perfiles del diseño, pero con el enfoque común en la preparación para comprender, manejar y aplicar fundamentos técnicos y formales que atiendan demandas y necesidades

² Jorge Frascara, *El diseño de comunicación*, Buenos Aires, Ediciones Infinito, 2006, p. 65.

³ *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, México, Secretaría de Gobernación, (fecha de consulta Septiembre de 2014).

de la sociedad, y en la formación de diseñadores que posean actitud ética, crítica y responsable, además de visión humanística y permanente compromiso con la investigación de las prioridades sociales: el diseñador también contribuye a la convivencia humana con la realización de su ejercicio profesional. Según el artículo tercero, las universidades han de orientarse hacia la vida fundada en el constante mejoramiento económico, social y cultural del pueblo con base en la democracia.

Estudiar una licenciatura es una manera de capacitarse para el ejercicio de una profesión; en el caso de Diseño y Comunicación Visual, ha sido revisada y avalada por distintos órganos de gobierno y regulación de la educación, como la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES). Asimismo, para las instituciones lo imprescindible es la capacitación y para algunos empleadores, el tiempo de experiencia con que cuente el diseñador.

En los planes y programas de estudio se plantea un perfil de egreso muy completo, pero en el momento de entrar al medio laboral comienzan a surgir diversos problemas; sin embargo, existe poca documentación respecto a este tema. Debido a que el campo de trabajo del diseñador es muy vasto, las instituciones y centros de enseñanza buscan brindarle todos los conocimientos y habilidades necesarios, una tarea ardua, ya que el medio se encuentra en constante cambio y no siempre necesita los mismos perfiles, por lo que obliga a los centros de formación a actualizar constantemente los planes de estudio.

Dichas instituciones tienen perfiles de ingreso, egreso y profesional que guían el proceso de formación a través de los planes de estudio. Porter Galetar plantea un ideal para éstos: “Imaginamos un futuro en el que los nuevos planes de estudio serán producto de la viva y activa participación y expresión de vínculos que existan entre la ciencia, los representantes de nuestra cultura

y la sociedad.”⁴ Los cambios se pueden originar no sólo a partir de la transformación del plan de estudios, sino también de integrar a los estudiantes, los profesores y la sociedad. Sería favorable que se vincularan esos factores para así enriquecer la formación y generar un diseñador en contacto con la sociedad. Pero se ha de tener en cuenta que las instituciones no proporcionarán todo el conocimiento al licenciado en Diseño y Comunicación Visual, sino que él se irá produciendo con cada acción que el estudiante en formación universitaria experimente e integre a sí mismo conscientemente.

Transitar por un plan de estudios, cumplir con sus ejercicios, no es, como en la construcción, pegar tabiques siguiendo los planos de un proyecto. Se trata de otro tipo de construcción que surge de la reflexión y de la capacidad de vernos a nosotros mismos a partir de lo que seamos capaces de sacar fuera de nosotros, para vernos en ello.⁵

En consecuencia, algunas instituciones están produciendo tales cambios, pero aún no se observan resultados: hay que esperar a que las generaciones que surjan de aquéllos se encuentren preparados para integrarse al campo laboral (ANEXO A).

Los objetivos de la Facultad de Artes y Diseño (antes ENAP) en comparación con los de otras universidades públicas y privadas presentan puntos de coincidencia: muestran interés por formar y preparar a profesionales, que el diseñador comprenda, desarrolle, realice, maneje elementos teóricos y formales del proceso de diseño, que le permita proponer, evaluar, sustentar, decidir y producir mensajes visuales, que entienda las demandas y necesidades de la sociedad, a fin de poder plantear soluciones alternativas para resolver problemas concretos de la realidad, sociales, políticos, económicos, culturales, entre otros. El dominio de herramientas

4 Luis Porter Galetar, *Entrada al diseño. Juventud y universidad*, México, UAM, 2009. p. 227.

5 *Ibid.*, p. 24.

también es prioridad en la formación del diseñador y junto con ello propiciar avances tecnológicos.

Aunque los planes de estudio en las universidades experimenten una serie de cambios, ningún programa se encuentra completamente conformado para darle todas las herramientas al universitario al concluir sus estudios, pues esto no depende sólo de la formación académica.

Por ello, los programas se enfocan en despertar la creatividad y las habilidades de los diseñadores, darles mecanismos y conocimientos necesarios para el desarrollo de propuestas y proyectos. No obstante, a pesar de orientarse en la sociedad que rodea al diseñador, fundamental para su actividad, en el libro *Diseñar para el mundo real* con año de publicación de 1971, Víctor Papanek observa el siguiente fenómeno: “He visto los planes de estudio de 58 escuelas de diseño y he observado que casi siempre faltan cursos de psicología y ciencias sociales.”⁶ Esto todavía ocurre en los programas actuales; aunque se menciona dentro del objetivo general, en la carga académica se presenta de manera muy superficial y se cuenta con pocas asignaturas al respecto, por lo cual el diseñador se va separando de la sociedad, de cuyo estudio se encargan las ciencias sociales; de ahí su lugar indispensable en el diseño y su importancia en la preparación del diseñador.

Para entender la condición del diseñador en formación universitaria y en lo que se transforma, se realiza a continuación una reflexión acerca de los espacios de trabajo que ha tenido anteriormente, pues en ellos continúa desarrollándose y formándose como diseñador y de ahí surgen modelos para las diversas actualizaciones de los planes de estudio, además de depender éstos de los requerimientos de las empresas y la sociedad.

Durante la década de los 40 la labor manual es un gran recurso para él; el grabado, una técnica usual para el medio, y la mayoría de los diseñadores poseía

6 Víctor Papanek, *Diseñar para el mundo real*. Ecología humana y cambio social, Madrid, p. 107.

destreza para el dibujo, una cualidad destacable para el ejercicio de la actividad. El dominar herramientas e instrumentos, además de la habilidad para elaborar bocetos y originales mecánicos, la práctica y la observación para comprender el oficio fueron necesarios para posicionarse en el medio de ese entonces.

Con la introducción de la tecnología^{7*} en el diseño, se inició el cambio en el uso de herramientas tradicionales. La comercialización de pantallas transferibles llega a México en 1970, casi diez años después de su empleo en otros países. La principal área de expansión en los años 80 es la manufactura del diseño, aunque la habilidad manual que distingue de otras profesiones al diseñador se va perdiendo paulatinamente, además del conocimiento de los materiales y mecanismos de reproducción.

Al final de la misma década,⁸ la evolución de la tecnología en los ordenadores con interfaz gráfica se aprovecha sobremanera, se presentan mutaciones en la división tradicional del trabajo y con ello el papel que el diseñador desempeñaba, pues ya no se dedica a la realización mecánica del diseño, sino que se limita a la conceptualización del mensaje. “El proceso de diseño se ha desplazado del plano manual al intelectual y conceptual.”⁹ La nueva dinámica de trabajo trae consigo cambios en el ámbito económico: se reduce paulatinamente el personal, el área de trabajo y los tiempos de entrega. Para los 90 el cambio es irreversible: los ordenadores se utilizan cada vez más y se sustituye al diseñador operario.

Para el siglo XXI, los fenómenos del desempleo y la trivialización del diseño-diseñador se encuentran muy presentes, ya que para algunos diseñadores, la reflexión

7 * El desarrollo de la tecnología ha ayudado y a la vez perjudicado al diseño y a los diseñadores, pues ha generado inmediatez, complementándolo y amplificando el campo de actividad, pero esto no reemplaza la necesaria habilidad de conceptualización y representación de los diseñadores.

8 Cf. Josef Müller-Brockmann, *Historia del la comunicación visual*, México, Gustavo Gili, 1998.

9 *Ibid.*, p. 162.

en el diseño pasa a segundo plano pues las nuevas herramientas generan la ilusión de no necesitarse nada más que un ordenador y software y son rebasados por la inmediatez que se genera con el uso de estas tecnologías al realizar un diseño y no se toma en cuenta que estas herramientas son sólo auxiliares en el desarrollo de la actividad, lo importante es la conceptualización que se genere el diseñador al realizar un diseño. Con esos cambios en la formación y la dinámica de trabajo, es evidente que la inserción en el campo laboral depende de diversos factores que se vuelven ajenos al diseñador.

El incremento de la oferta de instituciones y la demanda han resultado tales que se tienen registrados 20 diferentes nombres, algunos con muy ligeras variaciones.^{10*} “La carrera ha crecido a tal ritmo que en el año 2005 ya había 45,320 alumnos inscritos a nivel nacional. En el número de programas de estudio también creció exponencialmente: de 41 programas en 1991 a 235 en 2005.”¹¹ En 2007 había 331 programas académicos en el ámbito del diseño, aprobados por el COMAPROD.¹² De éstos, 198 pertenecen al área de diseño gráfico y del diseño y la comunicación visual.

Diversas escuelas y programas imparten la carrera no sólo a nivel licenciatura, sino también a nivel técnico, y con ello incontables diseñadores egresan año tras año con la intención de laborar. Asimismo, son múltiples y singulares los requisitos por parte de los empleadores para integrarse al campo laboral: “No hay un nivel

10 *Licenciado en Diseño, Licenciado en Diseño artístico y publicitario, Licenciado en Diseño y comunicación, Licenciado en Diseño de la comunicación gráfica, Licenciado en Diseño de la comunicación visual, Licenciado en Diseño gráfico, Licenciado en Diseño gráfico digital, Licenciado en Diseño gráfico electrónico, Licenciado en Diseño gráfico publicitario, Licenciado en Diseño gráfico y animación, Licenciado en Diseño gráfico y comunicación artística, Licenciado en Diseño gráfico y publicitario, Licenciado en Diseño interactivo, Licenciado en Diseño para la comunicación gráfica, Licenciado en Diseño publicitario, Licenciado en Diseño y comunicación gráfica, Licenciado en Diseño y comunicación visual, Licenciado en Diseño en producción publicitaria, Licenciado en ilustración gráfica.

11 Fernández, *op. cit.*, p. 191.

12 COMAPROD es un organismo reconocido por COPAES para acreditar programas de enseñanza del diseño a nivel licenciatura en la república mexicana y a nivel internacional.

mínimo de formación requerido para que un individuo se considere diseñador y ejerza como tal (...). Tampoco existe un sistema consensuado en cuanto a las tarifas de los servicios de diseño.”¹³ Aunque el panorama se ve complicado, las oportunidades que existen son de la misma proporción que los problemas.

Al igual que se incrementa la demanda, surgen diversas maneras de empleo además del crecimiento de las distintas agencias, burós, despachos, firmas, entre otros. Hay que mencionar también que, según datos extraídos del libro *Historia del diseño gráfico en México 1910-2010*, en el periodo de 1980 a 2010 se encontraron registros de 309 despachos de diseño en todo el país, sin contemplar los trabajos de impresión, digitalización, fotografía, serigrafía, colocación de *stands*, elaboración de rótulos, etcétera, que además ofrecen servicios de diseño gráfico. “Si se examinan todas las razones sociales que incluyen el diseño gráfico como referencia de sus operaciones, el número se incrementaría a 2 mil 944 registradas y reconocidas.”¹⁴ Menciona igualmente las omisiones que existen en el ejercicio del diseño, pues hay pocos registros de quienes trabajan de manera independiente, lo que hace difícil obtener datos precisos sobre la práctica profesional del diseñador y si cuenta con alguna formación académica o no.

El diseñador no necesariamente se prepara para buscar empleo u ofrecer sus servicios profesionales –y no siempre con un compromiso social–, pero el identificar y conocer los elementos que intervienen en la inserción en el campo laboral le proporcionarán certeza y capacidad de comprender la complejidad de la situación laboral.

Dado que todos estos cambios han sucedido muy próximos entre sí, en un principio los puestos de empleo no se encontraban tan disputados como ahora, pues la comunidad no era tan grande, pero también han generado nuevas áreas de trabajo en las empresas

13 Guy Julier, *La cultura del diseño*, Barcelona, Gustavo Gili, 2010, p. 67.

14 Luz del Carmen Vilchis Esquivel, *Historia del diseño gráfico en México 1910-2010*, México, CONACULTA-Instituto Nacional de Bellas Artes, 2010, p. 348.

e instituciones que necesitan de los servicios del diseñador. Müller-Brokmann dice que una formación basada en programas y métodos tradicionales ya no basta para satisfacer las actuales demandas prácticas, que el presente necesita diseñadores capaces de evolucionar junto con la sociedad y sus necesidades de comunicación, para lo cual el diseñador hace uso de la reflexión, del conocimiento de la profesión, del análisis que tenga de la sociedad circundante y de la tecnología al alcance.



1.2

Generalidades sobre la formación universitaria del diseñador y comunicador visual de la Escuela Nacional de Artes Plásticas, UNAM

La formación universitaria del diseñador ha presentado varios cambios desde sus inicios hasta estos días; en un principio no existían estudios formales en las universidades, sino que se aprendía sobre la marcha en algunos talleres, imprentas, editoriales, burós de impresión, etc.; por ello no se exigía formación académica, pero a cambio de ello contaba con experiencia práctica, pues tenía contacto inmediato con el campo de acción y en él desarrollaba sus habilidades técnicas y conceptuales.

La generación de centros de enseñanza para la formación del diseñador es un punto para la evolución de la licenciatura, como menciona Gui Bonsiepe: “un indicador, entre otros, es la creación de instituciones de enseñanza, la transformación de una actividad informal en actividad estructurada.”¹⁵ Se espera que el creciente conjunto de programas cumpla con las necesidades demandadas, que exista coherencia entre lo que se aprende dentro de ellos y lo que acontece en la sociedad porque la preparación es una herramienta en el desarrollo e inserción del diseñador en el campo laboral. Así, en los centros de estudio el diseño se consolida como una actividad estructurada que desde entonces resulta del proceso de enseñanza y profesionalización dentro de las aulas.

Durante los años 1950-1960, en muchos países industrializados comenzaron a publicarse los primeros escritos sobre métodos de diseño. Antes de esa época, se entendía por diseño la labor que los arquitectos, ingenieros y diseñadores llevaban a cabo con objeto de producir los dibujos necesarios tanto para los clientes como para los fabricantes.¹⁶

15 Gui Bonsiepe, *Las 7 columnas del diseño*, México, Universidad Autónoma Metropolitana (Azcapotzalco), 1993, p. 3-2.

16 Ch. Jones, *Métodos de diseño*, Barcelona, Gustavo Gili, 1978, p. 3.

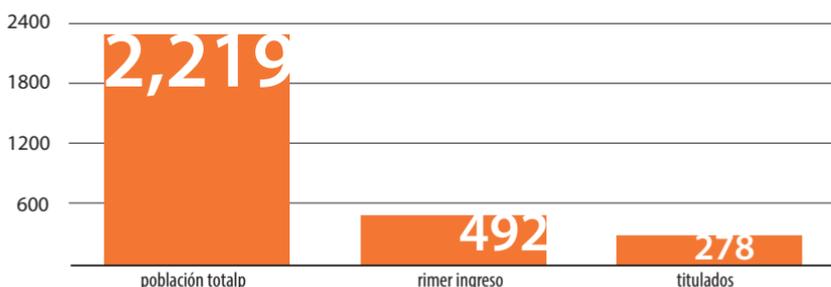
Por otro lado, es necesario indicar algunos de los elementos que intervienen en el proceso formativo dentro de la FAD (antes Escuela Nacional de Artes Plásticas): la institución –la cual presenta falta de infraestructura, debido a la sobrepoblación estudiantil, y de actualización de planes de estudio y el cuerpo académico–; el profesor con insuficiente actualización a causa de los cambios tecnológicos y carente de experiencia en el ejercicio profesional (algunos profesores no han ejercido o no tienen contacto reciente con el campo laboral); el estudiante –deficiencia durante su formación básica, falta de compromiso con la profesión; la sociedad (desconocimiento y escasa valoración de la carrera).

La problemática no se da exclusivamente en esa universidad, sino que está arraigada en los estudios básicos y se manifiesta en los grados superiores como carencia de conocimientos, lo que repercute en el desempeño y desarrollo del individuo al integrarse al campo laboral. Los elementos que intervienen en el proceso formativo no son los únicos que influyen en la inserción en el campo laboral, y su mayor o menor importancia depende del área en la que se desenvuelva y de los empleadores.

En cuanto a la formación, la universidad pretende que el diseñador cuente con diversos atributos necesarios para el ejercicio profesional, como se observa en los objetivos de la licenciatura (ANEXO B), pero no es posible que se cuente con todos ellos y en ocasiones las deficiencias se encuentran latentes y se presentan al ejercer.

En cuanto a la población de la carrera de Diseño y Comunicación Visual de la ENAP (ahora FAD, UNAM), en el periodo de 2012 a 2015 el promedio fluctúa en 2, 219¹⁷ alumnos, con una población de primer ingreso de 492 (GRÁFICA 1), casi un cuarto del total; de ellos el número

17 <http://www.planeacion.unam.mx>. Fecha de consulta: 6 de abril de 2015.



GRÁFICA 1

de titulados es 278 en esos cuatro años,¹⁸ más del 50% de la matrícula de primer ingreso, aunque ello no quiere decir que sólo esa población se encuentra ejerciendo, ya que no en todos los lugares es forzoso contar con título universitario para emplearse y en otros tampoco es indispensable tener cédula profesional. En décadas anteriores no era necesario el título que acreditara el haber cursado la licenciatura, pero actualmente este es requerido por algunos empleadores.

Con el paso de los años, el número de egresados de esta licenciatura crece exponencialmente hasta llegar a ser el 1.6% del total de personas con carrera en el país en 2014.¹⁹ Esto indica su presencia en la sociedad y el interés por parte de algunos para hacer de ella su modo de vida; además, en algunos momentos es considerada una profesión de “moda.”

A pesar de que en la actualidad existen carreras con mayor población escolar dentro de la UNAM, persiste la problemática para la inserción laboral. En

18 FAD, UNAM, División de Estudios Profesionales, Departamento de Titulación. (08 de octubre de 2013). Complutense, aciona con la actitud del diseñador, cargo. tanto para -l nte, eda

19 Datos arrojados por el IMCO. El Instituto Mexicano para la Competitividad (un centro de investigación aplicada, independiente, apolítico y sin fines de lucro cuya misión es estudiar los fenómenos económicos y sociales que afectan la competitividad de México en el contexto de una economía globalizada) publicó a principios de abril de 2014 una lista de las 62 profesiones mejor pagadas en México. De 155 de 789 personas estudiaron esta carrera a nivel nacional (los cuales fueron los que terminaron la carrera) <http://imco.org.mx/comparacarreras/#/carrera/213> (fecha de consulta 08/04/2014).

contraste con la carrera de derecho,²⁰ que se encuentra entre las carreras con más demanda, la población de Diseño y Comunicación Visual es apenas cercano a su diez por ciento y cuenta con una particularidad: no sólo el diseñador con formación académica puede ejercerla; esto ocasiona que todo aquel que tenga un ordenador y programas de edición se considere “diseñador”, y por ello la importancia y necesidad de que trabaje activamente en la gestión de sus servicios profesionales.

Por otro lado, se observan diversas situaciones desfavorables provocadas por el diseñador, tomando como muestra la observación y respuestas de cuestionarios aplicados a 100 estudiantes de la FAD de diferentes semestres (1º a 9º), organizadas en función de conocimientos, habilidades y actitudes. Se presentan en algunos diseñadores en formación y pueden interferir en el desempeño y relación con otros diseñadores, empleadores y con la sociedad, así como en su inserción en el campo laboral.

CONOCIMIENTOS

Vagos conocimientos sobre gestión en el diseño.

El diseñador en formación de la FAD tiene en el mejor de los casos sólo una vaga noción de costos y valor del diseño, un paraje en el cual predomina el desconocimiento.

Así, mientras los diseñadores no conocen suficientemente las pautas económicas, financieras, burocráticas y de mercado involucradas en el desarrollo de un diseño, en el área económica, los responsables del producto ignoran los valores sociales y culturales que inciden en la innovación.²¹

20 En la Universidad Nacional Autónoma de México, las carreras con mayor población escolar durante el 2014 fueron: 1. Derecho: 22,738; 2. Psicología: 11,614; 3. Médico Cirujano: 10,656; 4. Contaduría: 10,024; 5. Administración: 9,528; 6. Arquitectura: 9,249; 7. Economía: 7,550; 8. Cirujano dentista: 7,505; 9. Ciencias de la comunicación: 6,362; 10. Médico veterinario y zootecnia: 5,627. La población en el área de diseño sólo es del 10% en comparación con la población de la carrera de Derecho. <http://www.planeacion.unam.mx/Agenda/2014/disco/#> (fecha de consulta: 6 de abril de 2015).

21 Reinaldo Leiro, *Diseño: Estrategia y gestión*, Buenos Aires,

Esta condición es perjudicial, pues al no poder darle el diseñador un valor pecuniario a su trabajo, difícilmente los demás lo harán por él. Se debe agregar que el integrar diversos tipos de gestión en el desarrollo del diseñador otorgaría herramientas para el procesamiento de información, de las cuales son la administrativa y de contabilidad las más ausentes actualmente.

HABILIDADES

Trabajo en grupos multidisciplinarios.

Si bien diversas prácticas durante la formación buscan reforzar el trabajo en grupo, son insuficientes los distintos esfuerzos por fomentarlo, ya que no sólo depende de la institución; tampoco se muestra la verdadera amplitud que significa trabajar en diversos grupos y disciplinas, no solo de diseño y de artes, sino en general.

Es esencial la experiencia de trabajar integrado en un equipo multidisciplinario. Posiblemente sea esta una de las cosas más difíciles de inculcar. A los jóvenes diseñadores se les ha remachado hasta el exceso el concepto del genio solitario y esforzado, el autónomo solucionador de problemas. Pero la realidad desmiente esta imagen. Hoy en día casi todos los diseñadores en activo se encuentran integrados, les guste o no, en un equipo.²²

El diseñador tiene contacto con muchas disciplinas para el desarrollo de proyectos y la necesidad de trabajar de manera eficaz en conjunto con otras personas, pero ello es obstaculizado por diferentes actitudes de los diseñadores.

Ediciones Infinito, 2006, p. 26.

22 Papanek, *op. cit.*, p. 266.

ACTITUDES

Monopolio sobre la creatividad.

Dado que el diseño es un área que utiliza constantemente la creatividad,²³ en ocasiones el diseñador cree que ninguna otra disciplina puede hacer uso de ella, aunque en sí misma no es exclusiva de él y sí característica de diversas áreas y disciplinas.

Es común observar el fenómeno desde la formación, pues algunos diseñadores creen que no existen personas más creativas; esta actitud nociva genera cierto distanciamiento respecto de la sociedad en general y quizás también en relación con otros colegas. El diseñador ha de entender que es miembro de una sociedad y que, si se encuentra apartado de ella, no puede tener en cuenta las necesidades y problemáticas reales, lo que contribuye a una deficiente comunicación. La creatividad es una herramienta en el diseño y puede ser fomentada o estimulada, como dice Bonsiepe:

Posiblemente hay consenso, sobre todo en el ámbito estudiantil y académico, de que la

23 Para el diseñador la creatividad es importante y existen diversas definiciones; para la Real Academia Española es la facultad de crear o la capacidad de creación. También puede entenderse como aquella facultad humana capaz de producir resultados novedosos o diferentes que solucionan problemas o situaciones.

A continuación se mencionan algunas definiciones propuestas por diversos autores:

“El pensamiento productivo consiste en observar y tener en cuenta rasgos y exigencias estructurales. Es la visión de verdad estructural, no fragmentada”. Weithermer (1945).

“Es una aptitud mental y una técnica del pensamiento”. Barron (1955).

“La creatividad constituye la forma final del juego simbólico de los niños, cuando éste es asimilado en su pensamiento”. Piaget (1964).

“La disposición para crear que existe en estado potencial en todo individuo y en todas las edades”. Sillamy (1973).

“Innovación valiosa”. Marín (1980).

“El pensamiento creativo puede ser definido como un proceso metacognitivo de autorregulación, en el sentido de la habilidad humana para modificar voluntariamente su actividad psicológica propia y su conducta o proceso de automonitoreo”. Pesut (1990).

“Creatividad es el proceso de descubrimiento o producción de algo nuevo que cumple exigencias de una determinada situación social, proceso que además tiene un carácter personalógico”. Mitjás (1995).

“...contacto con el espíritu creativo, esa musa esquivada de las buenas – y a veces geniales- ideas.” Golemsan, Kaufman y Ray (2000).

“Creatividad: definiciones, antecedentes y aportaciones”, 5, 1, 31 de enero de 2004. http://www.revista.unam.mx/vol.5/num1/art4/ene_art4.pdf

función principal de un programa de estudios de diseño consiste en formar y estimular la creatividad. Sin embargo, los diseñadores se comportan a veces como si tuvieran un monopolio sobre la creatividad. Tal postura me parece arrogante y prepotente; probablemente ha contribuido a la nociva tendencia de separar el mundo del diseño como algo especial del resto del mundo. Creatividad no es el don de unos pocos privilegiados por la selección divina o no. Puede ser más apropiado hablar de la capacidad para innovar. Para esto hay que quebrar rutinas, y por eso las llamadas “técnicas de creatividad” son en el fondo un conjunto de recomendaciones organizativas para quebrar tabúes/rutinas.²⁴

Cabe señalar que para el diseño y en muchos aspectos de la vida es necesaria la creatividad, pero “creatividad no quiere decir improvisación sin método, de esta forma solo se genera confusión y los diseñadores se hacen ilusiones de ser artistas libres e independientes.”²⁵ En particular el medio laboral premia y reconoce la creatividad, mas no es la única habilidad que se espera del diseñador; también se espera de él que sea gestor y administrador, además de tener conocimientos de las distintas tecnologías, software, avances e innovaciones en el medio.

24 Bonsiepe, *op. cit.*, pp. 6-22 6-23.

25 Bruno Munari, *¿Cómo nacen los objetos?*, Barcelona, Gustavo Gili, 1983. p. 19.

Autopercepción

Se entiende autopercepción²⁶ o autoconcepto²⁷ la capacidad de reconocer objetivamente lo que uno es capaz de hacer. “Lo que pienso que soy condiciona lo que haga y lo que en un futuro próximo sea capaz de hacer.”²⁸ En el caso del diseño se presentan fenómenos opuestos: el del diseñador que posee una autopercepción alta y cree contar con todos los elementos y habilidades para desarrollarse en el campo laboral, pero en realidad carece de ellos o necesita reforzar algunos elementos; o el del diseñador que posee las habilidades manuales e intelectuales necesarias, pero con autopercepción muy baja y, por tanto, desconfianza e inseguridad al comenzar su vida laboral. Por consiguiente, la autoestima es un concepto que influye en el desarrollo del universitario.

Diversos psicólogos como W. James, M. Mead o K. Horney han coincidido al describirla en función de la atribución aprendida de la valía propia. Rogers (1961) la concibe como una “internalización” de las actitudes que el sujeto percibe hacia él tanto si son propias como si proceden de los otros.²⁹

En efecto, la autoestima y la personalidad del diseñador le dan forma a las diversas manifestaciones que adquiere el diseño, aunque hay también otros

26 Para Coopermilh (1967) serían cuatro los factores que contribuyen al desarrollo de esta noción: tratamiento de otros significativos (los demás), historia de los éxitos, los valores y las aspiraciones y, finalmente, el estilo de defender la autoestima o respuesta al fracaso y a la crítica. Cf. José Luis Pastor Pradillo, “Alteraciones en la autopercepción y procesos de socialización”, *Revista Wanceulen E.F. Digital*, 3, mayo de 2007.

27 Muy cercano al autoconcepto estaría la noción de autoestima que propone D. Brisset la cual resultaría de dos procesos psicológicos claramente identificables: la autoevaluación y la autovaloración. Ambos procesos estarían referidos a tres aspectos principales:

- La autoimagen ideal o configuración de la persona como desearía ser.
- Interiorización de los juicios de la sociedad.
- El individuo que se autoevalúa con relación al éxito o al fracaso al hacer lo que su identidad le exige. La evaluación, por tanto, no se refiere a la intención, sino al resultado de la conducta. *Ibid.*

28 Magda Patricia Merlo Barajas. *A la sombra de los padres: oportunidades para fortalecer el autoconcepto ante la constante amenaza de abandono*. Tesis de maestría en Psicología, UNAM, 2008.

29 José Luis Pastor Pradillo, *op. cit.*

factores en la conformación del autoconcepto,³⁰ elementos que ayudan a la construcción de la conducta y la personalidad del diseñador. Además se hace presente un fenómeno: “El anhelo por el yo y el desprecio por el nosotros, la promoción del individuo y el olvido de la causa.”³¹ Factor que puede ser crucial para la evolución o el anquilosamiento del diseño, dado que en la disciplina el trabajo se realiza en gran medida dentro de grupos de trabajo.

El individualismo se hace presente al momento que el diseñador se pone por encima de las tareas otorgadas por los clientes o usuarios y sobre otros diseñadores. Se toma como base el término que desarrolla Durkheim, en “*El suicidio.*”

Distingue dos procesos endémicos de las sociedades industriales avanzadas, que tienen efectos similares, pero que conviene distinguir: por un lado, el fenómeno de la amenaza de la desintegración social, debido al desarrollo creciente del individualismo que caracteriza la vida moderna. El proceso de individuación que ha acompañado a la historia de la humanidad, y que ha convertido a los hombres en seres con capacidad de decisión con respecto a sus vidas, ha producido a la vez una situación que Durkheim llama de <<desamparo moral>>, y ha debilitado los nexos que unen al individuo con la sociedad. Se ha producido una individuación desintegrada y desintegradora, que como consecuencia extrema puede conducir al suicidio. El problema de la integración social está relacionado para Durkheim con el excesivo

30 Como el grupo cultural, en el cual cada cultura tiene una personalidad típica, un patrón particular de motivos, ideales, metas, valores; la parte biológica, la cual depende de la dotación genética y de ella el temperamento, el aspecto físico, etc; el historial de experiencias del individuo con otras personas: la socialización con la cual el niño adquiere patrones conductuales, los motivos y valores habituales y aceptables de acuerdo con las normas de su familia y grupo social; situación, estímulos directos que inciden sobre el individuo en cualquier momento particular: fatiga, frustración, ansiedad, tranquilidad.

31 Yves Zimmermann, *Del diseño*, Barcelona, Gustavo Gili, 1998, p. 64.

individualismo característico de las sociedades contemporáneas; individualismo que aquí se presenta como sinónimo de egoísmo, conduce al progresivo aislamiento de la vida comunitaria.³²

Si se considera la desintegración social que se ha dado en México y en la comunidad del diseño, junto con los cambios en las estructuras de trabajo y en el proceso del diseño que trajo consigo la aplicación de la tecnología, el desarrollo del individualismo es un fenómeno esperado. El individualismo es una actitud frecuente y reiterada en generaciones de diseñadores recientes, a causa de lo cual surgen divisiones dentro del gremio, lo que aplaza la evolución de la profesión, debido a esta autopercepción inclinada hacia el individualismo.

El desamparo social se encuentra latente en la profesión debido al distanciamiento del diseñador respecto de la sociedad; esto a su vez ocasiona menosprecio por parte de ella y no infrecuentemente baja autoestima en él, lo que incrementa su desamparo moral.

La autopercepción puede generarse en ambos polos (el diseñador presenta dudas sobre sí mismo y por ello no desarrollarse plenamente), junto con otro fenómeno: “La anomia como una falta de límites impuestos socialmente, cuyas consecuencias pueden ser diversas, desde la incertidumbre y el desasosiego hasta el pensar que todo se vale”,³³ la cual influye en el diseñador y actúa como factor negativo para la inserción laboral. Otros autores, como Herbert McClosky, plantean la anomia como estado mental, actitudes y sentimientos individuales. El sentirse extraño en esta nueva etapa de la formación y el contacto con el campo laboral pueden generar cierto nivel de estrés, confusión y desorientación, pues el diseñador no comprende las normas de la sociedad, y se propicia así la anomia. McClosky identifica algunos factores que intervienen

32 Lidia Girola. Anomia e individualismo: del diagnóstico de la modernidad de Durkheim al pensamiento contemporáneo, México, UAM (Azcapotzalco), Anthropos Editorial, 2005. p. 30.

33 Girola, *op. cit.*, p. 32.

en la comprensión de la sociedad o el medio en el que el individuo se desenvuelve: *factores cognoscitivos, factores emocionales y carencias individuales*.

El diseñador no es afectado de la misma manera por estos factores y tampoco se puede generalizar, pero el problema es evidente en la profesión. Las características personales son un determinante en su rendimiento y en su desempeño; ante ello se ha de reforzar el conocimiento ya adquirido, junto con las diversas prácticas y el análisis que el gremio origine sobre la inserción en el campo laboral y compartirlo al diseñador en formación.

En definitiva, algunas de las situaciones antes descritas podrían sonar absurdas, hasta irónicas, pero se encuentran presentes en algunos diseñadores, además de otras, como *el no saber escribir adecuadamente*; Luis Porter dice: “No solo se diseña dibujando, también se diseña escribiendo”;³⁴ por ello se tiene que ejercitar la capacidad de escritura, pues quien sabe plasmar sus pensamientos de manera escrita manifiesta que sabe pensar adecuadamente, una actividad que se realiza en pocas ocasiones durante la formación del diseñador: “Escribir es un camino para aprender y no una demostración de lo aprendido.”³⁵

Otro fenómeno es la poca afección a la lectura, *el saber leer*; la capacidad de comprensión y reflexión sobre la lectura es muy baja y puede ocasionar deficiencia en las capacidades y conocimientos en el diseñador, no consciente de esta falta.

Así, estos fenómenos se dan desde la formación y pueden favorecer o perjudicar el desarrollo del diseñador dependiendo de las acciones que realice en relación con ello, además de las situaciones con las que se encuentre. El ser humano siempre es capaz de reflexionar sobre su quehacer y elaborar cambios necesarios o deseados, siempre y cuando exista el compromiso para llevarlos a cabo. “La gente desconoce el programa de estudios

34 Porter, *op. cit.*, p.109.

35 *Ibid.*, p. 110.

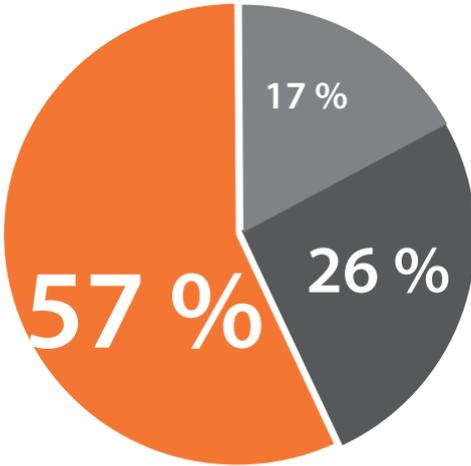
que cursa un profesional (es curioso, también muchos profesionales desconocen de lo que son capaces)”³⁶

Por otro lado, se recabó información directa de carácter perceptual de los intereses e inquietudes que tiene el diseñador en formación sobre el campo laboral, para lo cual se realizó una muestra con 100 estudiantes de séptimo semestre de la licenciatura en Diseño y Comunicación Visual de la FAD, UNAM, durante 2014.

De los diseñadores encuestados, sólo el 26% contestó que sí revisa buscadores de empleo (GRÁFICA 2), lo que revela falta de interés durante la formación, pues la respuesta de algunos que contestan negativamente (“lo haré cuando termine los estudios”) muestra la tendencia a descuidar la búsqueda de empleo en la etapa de formación y, por tanto, a construir una imagen ideal sobre la inserción laboral.

DISEÑADORES QUE REVISAN BUSCADORES DE EMPLEO

● no contestó ● sí ● no



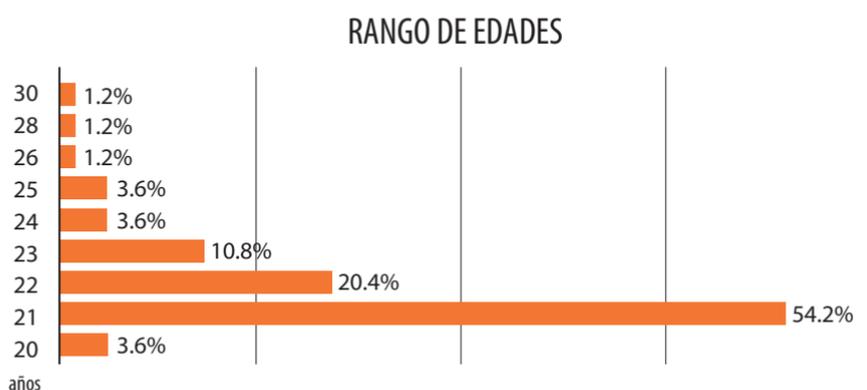
GRÁFICA 2

Sin embargo, no todos los diseñadores piensan de la misma manera: poco más de un cuarto de los encuestados sí revisa buscadores y trata de insertarse en el medio antes de su egreso, para así incrementar

³⁶ Fernando Martín Juez, *Contribuciones para una antropología del diseño*, Barcelona, Gedisa, 2002, p. 29.

el nivel de seguridad y conocimientos con respecto al diseño, además de tener un ingreso extra, en algunos casos utilizado directamente para su manutención, aunque también existe aquel que no tiene otra opción sino emplearse para cubrir los gastos de su educación. En este sentido, los motivos para revisar los diversos buscadores de empleo son en gran medida de índole económica.

En lo referente a las edades de esta muestra, rondan los 20-30 años, en mayor porcentaje mujeres (GRÁFICA 3). Según el IMCO, de los diseñadores que se encuentran laborando, el 51% son mujeres,³⁷ en comparación con los porcentajes obtenidos de la FAD, que muestran una población estudiantil compuesta en su mayoría por mujeres (GRÁFICA 4). Se observa que en el caso particular de la FAD durante 2013 y 2014 y sus egresados de 2007-2011, es predominante el sexo femenino.



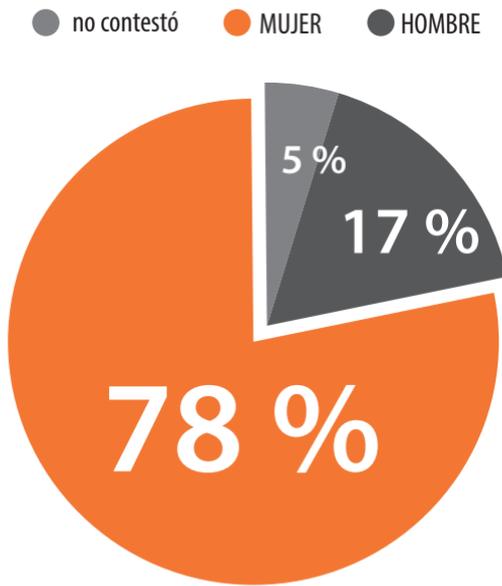
GRÁFICA 3

Las expectativas laborales son diversas (GRÁFICA 5): el 32.5% espera trabajar en una empresa privada, el 24% tiene contemplado trabajar como diseñador independiente o autoempresa, el 18% tiene preferencia por ambos, el 9.6% desea trabajar en empresa privada o Gobierno, el 6% en gobierno y el 3.6% no lo ha tomado en cuenta.

Es alto el número de estudiantes que al concluir sus estudios quiere integrarse a una empresa ya

37 <http://imco.org.mx/comparacarreras/#/carrera/213> (fecha de consulta: 08/04/2014).

GÉNERO



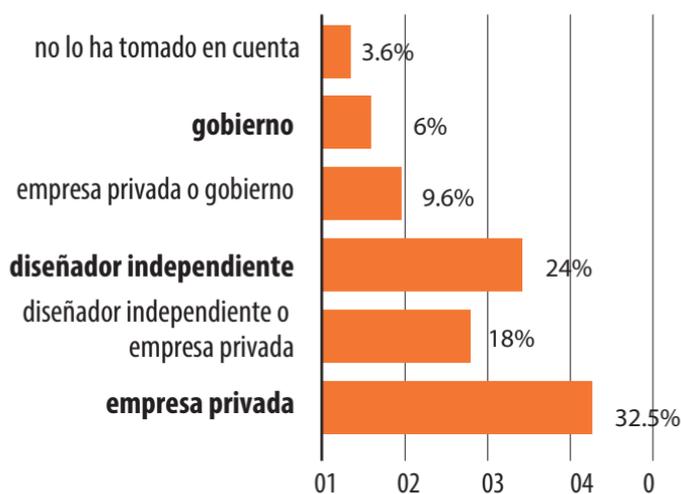
GRÁFICA 4

establecida; en segundo lugar de preferencia, se encuentran aquellos que desean emprender como diseñadores independientes, una modalidad recurrente, ya que es una manera de generar experiencia y poner en práctica las capacidades obtenidas, además de conseguir un ingreso económico. Es menor el porcentaje que espera emplearse en el gobierno, quizá por algunos beneficios, como las prestaciones, pues es difícil que sean otorgadas en otro tipo de empleo, debido a las reformas laborales de los últimos años.

En algunas empresas privadas no es posible obtener prestaciones a causa de la figura laboral bajo la cual se es contratado (honorarios, asimilación de sueldos, *outsourcing*), y en la que la empresa no está comprometida legalmente a otorgar dichos beneficios. Cuando el diseñador opta por realzar su actividad de manera independiente, él es el encargado de gestionar todo tipo de prestaciones tanto para él como para los empleados que pueda tener bajo su cargo.

Por otro lado, la docencia también constituye un área de desarrollo profesional para el diseñador: una parte de los egresados de la FAD se encuentra en algún puesto dedicado a la enseñanza en escuelas

EXPECTATIVAS LABORALES



GRÁFICA 5

particulares, públicas o dentro de la misma UNAM. También resulta un aporte a la sociedad y al gremio en el ámbito de la investigación y por ello tienen la responsabilidad consigo mismos y con los otros de continuar la capacitación e investigación para estas y otras generaciones. Los estudios de posgrado, especialización en un área del diseño, diplomados y cursos o talleres de actualización son una opción para continuar la formación. La licenciatura antes se veía como un fin; ahora es una herramienta con la cual se busca mejor posicionamiento personal y laboral, y que influye en la remuneración.

Con esta información se tiene una perspectiva de lo que sucede en el universo específico de una universidad pública y se identifican algunas inquietudes con respecto al tema de la inserción en el campo laboral frecuentes durante la formación: formas de cobrar, rangos de precios de productos de diseño, experiencias en torno a las entrevistas de trabajo y formas fiscales para laborar.

Apesar de que la situación actual del país y del resto del mundo no se encuentre en las mejores condiciones sociales posibles debido a los cambios constantes en la economía, no hay que caer en desánimo, pues en todo caso ello puede estimular a los diseñadores a buscar

nuevas y diversas formas para desarrollarse y hacer frente a esas situaciones. El compromiso y dedicación que tenga el diseñador es un motivante para generar nuevos conocimientos y así ocasionar un cambio. En definitiva, muchos factores intervienen en la formación de un profesional del diseño, algunos de los cuales no son controlados por el propio diseñador, pero también existen elementos en los que, si se interviene de manera positiva, constante y consciente, puede existir un impacto mayor en su desarrollo como profesional.

La gestión³⁸ se encuentra presente en el diseño al realizar diversas actividades enfocadas a un fin específico, como el del ejercicio profesional, ya dentro de una empresa como empleado, ya al ofrecer sus servicios de manera independiente.

Si intentamos enunciar una definición de gestión de diseño en términos actuales, es posible formularla como el conjunto de actividades de diagnóstico, coordinación, negociación y diseño que se llevan a cabo en el ámbito de la empresa, interactuando con las áreas de la producción, de la programación económico-financiera y de la comercialización.³⁹

En efecto, la gestión en el diseño es un proceso de administración de recursos y conocimientos, humanos o financieros, y en el que el diseñador se encuentra en contacto con otros tipos de gestión, como el empresarial, comercial, social, de proyectos, del conocimiento, ambiental. Pero la gestión tiene que ser encauzada a un producto funcional o a una situación con cuyo fin específico se trabaja; en el caso del diseñador en formación universitaria, los conocimientos son reforzados por medio de las actividades que plantean los profesores, aunadas a los proyectos que desarrolle de manera independiente en su integración al campo laboral desde esa etapa.

Es importante subrayar que el propósito de la gestión interdisciplinaria del diseñador no es el de adquirir los conocimientos necesarios para actuar en el campo específico de otras

38 La gestión del diseño tiene su origen en el cambio del modelo jerárquico de administración de Taylor a un modelo organizacional plano y flexible, el cual estimula la iniciativa individual, la independencia y la toma de riesgos. Cf. Brigitte Borja de Mozota, *Gestión del diseño, uso del diseño para construir valor de marca e innovación empresarial*, México, Divine EGG, 2010, p. 87.

39 Leiro, *op. cit.*, pp.137-138.

disciplinas, sino más bien el de comprender los puntos de vista de esas disciplinas para poder interactuar con las mismas.⁴⁰

El conocer diversos puntos de vista favorece el papel que el diseñador desempeña en interacción y contacto con diversas áreas y disciplinas en los procesos de producción, programación y comercialización, entre otras, para así tener una comunicación eficaz con los otros, la empresa o consigo mismo.

La empresa es el ámbito de gestión dentro de la cual se lleva a cabo la actividad del diseño, independientemente de que la misma se realice como servicio externo a la empresa o formando parte de su organización.⁴¹

La gestión del diseño comienza a desarrollarse desde la formación universitaria y luego se refuerza con su uso en el ejercicio laboral o al integrarse a un entorno empresarial y se ve influida por los fenómenos que se mencionan en el apartado anterior, de tal manera que en ocasiones no se tiene una aplicación directa y consciente de la gestión y se desconoce si realmente se lleva a cabo.

Dicho lo anterior, si el diseñador considera su educación, la experiencia que pueda adquirir y la capacitación como un método o sistema para conseguir una remuneración, quizá la juzgue una inversión económica y con ello le ponga más atención.

Desde el punto de vista de la economía, la educación ejerce un papel importante en el desarrollo de los individuos y se relaciona con el concepto de Capital Humano, según el cual dependiendo de la educación que se tenga, aunada a la experiencia y a la capacitación, determina la productividad y por lo tanto los ingresos del individuo.

Para la OCDE⁴² el Capital Humano es definido como la mezcla de habilidades y aptitudes (un capital) que será reeditada a largo plazo; pueden ser innatas en las

40 *Ibid.*, p. 27.

41 *Ibid.*, p.123.

42 Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.

personas, incrementadas con el aprendizaje que se adquiere en la educación y la capacitación, las cuales se utilizan para producir servicios o ideas en el mercado o fuera de él. Si se sigue esa premisa, “la idea de que un buen diseño es un buen negocio está asumida por muchos empresarios. A pesar de esto, el buen diseño no se compra por kilos. Conseguir un buen diseño es cuestión de una buena gestión empresarial,”⁴³ de ahí que el diseño se apoye en la gestión ya en proyectos, ya en una constante capacitación o en la generación de nuevas experiencias.

El diseñador también hace uso de la gestión del conocimiento al generarlo, utilizarlo y compartirlo sobre temas de los cuales tenga información (como el caso de la inserción laboral), en apoyo al diseñador en formación, en temas como la remuneración, los tipos de empleo, áreas de desarrollo, competitividad, prestaciones.

Se define el Conocimiento como el conjunto de experiencias, saberes, valores, información, percepciones e ideas que crean determinada estructura mental en el sujeto para evaluar e incorporar nuevas ideas, saber y experiencias. Y de acuerdo con la Guía Europea de la Gestión del conocimiento, la Gestión del Conocimiento es por tanto la Dirección planificada y continua de procesos y actividades para potenciar el conocimiento e incrementar la competitividad a través del mejor uso y creación de recursos del conocimiento individual y colectivo.⁴⁴

Se debe agregar que, debido al uso de la tecnología, se presentan cambios en la estructura de trabajo del diseñador y con ello se exteriorizan fenómenos como el de la anomia,⁴⁵ la cual influye en el diseñador. Las alteraciones en el cambio de rol del diseñador

43 Fundación Cotec para la innovación tecnológica, *Diseño e innovación. La gestión del diseño en la empresa*, Madrid, 2008, p. 67.

44 <http://www.fundibeq.org>.

45 La RAE define anomia (del gr. ἀνομία) como ausencia de ley; la psicología y la sociología, como aquel conjunto de situaciones que derivan de la carencia de normas sociales o de su degradación. <http://dle.rae.es/?id=2jO1M952jOtmAK>

producen varias situaciones como la competencia sin regulación, el individualismo, insuficiencia de logros ante las expectativas. Para Durkheim, la anomia es una etapa que se produce por los cambios ocasionados por el industrialismo y las sociedades modernas, transitoria y que puede cambiar y variar dependiendo de la consciencia colectiva de la sociedad o del círculo en la cual se presente.

Durante el desarrollo de la investigación se advierte que el fenómeno se encuentra en algún grado u otro dentro del gremio, pues el diseño se halla en esa etapa de transición, pero existe el apoyo por parte de la comunidad para ayudar al diseñador en formación universitaria y que tenga conocimiento de las situaciones con las cuales puede encontrarse.

La participación activa en su proceso de aprendizaje aumenta cuando confía en sus capacidades, sean manuales o intelectuales, aunque también depende del entorno y la sociedad en la que se desenvuelva porque la formación del diseñador no sólo proviene de una institución, sino de la suma de sus experiencias a lo largo de la vida.

El diseñador en formación se enfrenta a situaciones diversas que se generan con el desarrollo del diseño (cambios en la sociedad, en el sistema de enseñanza, en la formación, en las estructuras del trabajo y el papel que desempeña el diseñador). Hay que “prestar atención a lo que no está haciendo y debería hacer para cambiar los resultados que está obteniendo.”⁴⁶ El prestar atención es un eje a seguir, no sólo de manera personal, sino también en la sociedad, en los cambios económicos, políticos y de mercado, pues dentro de ese universo se desenvuelve el trabajo del diseñador.

Las investigaciones actuales ponen de manifiesto que la implicación activa del sujeto en el proceso de aprendizaje aumenta cuando se siente autocompetente, es decir, cuando

⁴⁶ Fernando Del Vecchio, *Dialogo con diseñadores. Reflexiones sobre el deterioro profesional en el diseño gráfico, las soluciones habituales desde el diseño para enfrentarlo y otras propuestas desde la administración*, p. 132.

confía en sus propias capacidades y tiene altas expectativas de autoeficacia, valora las tareas y se siente responsable de los objetivos de aprendizaje.⁴⁷

Por todo esto, lo que sí se puede hacer es compartir las experiencias y el conocimiento e identificar la diversa problemática experimentada por aquel diseñador al integrarse al campo laboral y con ello contribuir a una mejor oportunidad de ingresos, además de una revalorización del diseño: el diseñador debe recordar que es un profesional capaz de llevar a cabo soluciones gráficas o conceptuales y no sólo un empleado calificado en el uso de herramientas y técnicas.

47 José C. Núñez Pérez *et al.*, “Estrategias de aprendizaje, autoconcepto y rendimiento académico”, *Revista digital Psicothema*, 10, 1, 1998, pp. 97-109.

SOCIEDAD Y DISEÑADOR

Capítulo II



Como hemos observado en el capítulo anterior, la profesión de Diseño y Comunicación Visual se encuentra íntimamente ligada a la sociedad, pues es donde se aplica y a quien va dirigido el diseño; por ello la importancia de realizar una reflexión en torno a la interacción que el diseñador tiene con ella.

Por lo que se refiere a la sociedad y las transformaciones a las que se ha sometido, se tiene como referente el inicio de la Segunda Guerra Mundial, ya que al final de ésta se produce un cambio social y cultural de manera global, a partir del cual el diseño adquiere un papel significativo para la emisión de mensajes.

Si durante este conflicto la industria estaba inmersa en el vértigo de una fabricación incesante de instrumentos para la guerra, a su finalización se impondrá la reorientación de la producción para evitar el más probable colapso económico, pasando así de la fabricación del objeto bélico a la del objeto doméstico y la consiguiente creación de la sociedad de masas.¹

La consecuencia de las transformaciones es un cambio en la forma de pensar de la colectividad, además del surgimiento de otros estilos y modos de vida. Entonces el diseño evoluciona y comienza a estar presente en el desarrollo de las sociedades; asimismo se divide en diversas áreas y cada una de ellas se especializa: diseño industrial, de moda, de interiores, gráfico y comunicación visual, entre otros, cada uno con subdivisiones y diferencias.

Algunos teóricos del diseño, como André Ricard, sostienen que el diseño se ocupa de la relación de las

¹ José Baltarás Ramírez, *“El diseño: 150 años entre la teoría y la práctica”*, Diseño gráfico y sociedad, 10, 2000, p. 81.

cosas con el hombre y del hombre con las cosas, por lo cual se necesita que el diseñador se especialice en alguna de las áreas del diseño, pero con una actitud abierta hacia otras disciplinas, es un planteamiento válido para la profesión pues resalta la relación que tiene el diseñador con su entorno, de lo cual Frascara lo relaciona con la actitud del diseñador, “Sería muy útil para todos si los diseñadores fueran más activos en la determinación de la dirección de su trabajo y enfrentaran con más frecuencia problemas que realmente afectan a la sociedad.”²

Ya desde la etapa formativa del diseñador existen áreas preferidas para su desarrollo, tendencias que cambian con el paso de los años y dependen de la sociedad o la tecnología. Los cambios o modas se presentan por oleadas: hace tiempo fue el diseño web y la ilustración digital, como ahora la animación y modelado en 3D, la realidad aumentada, y el diseño de *apps*; así en diversas épocas se intenta innovar en distintas técnicas y procedimientos para la representación visual, pero permanece la comunicación y el transmitir mensajes, servicios o ideas, por encima de la técnica.

La capital es una ciudad híbrida y heterogénea, donde duerme la gran modernidad —el primer mundo— y la marginalidad; colonias para el buen vivir y zonas inhóspitas. Ciudad erguida para los automotores en detrimento del viandante. Territorio copado por la inseguridad, pero también por la cultura, diríase la gran cultura y la industria de los servicios, sin faltar los destinados a la diversión y al esparcimiento, es decir, productora de la oferta para el uso del tiempo libre, cuando éste existe.³

La Ciudad de México cuenta con tal pluralidad de condiciones, y situaciones tan extremas y distantes

2 Jorge Frascara, *Diseño gráfico para la gente: comunicaciones de masa y cambio social*, Buenos Aires, Ediciones Infinito, 2004, p. 64.

3 Rafael Cordera Campos, *Temas de educación superior en América Latina y el Caribe*, México, UDUAL-UNAM, p. 19.

que no se puede imaginar encontrarse en un único territorio donde los sentidos sean bombardeados por miles de estímulos, y dentro de ella se genera una sociedad diversa en la cual conviven distintas clases sociales en función de un reparto desigual de recursos y contribuciones, aunque queriéndose suscitar una igualdad de condiciones.

Definir una sociedad es entonces definir el estado de desarrollo en que se sitúa, su grado de complejidad, de racionalización técnica e intelectual, su capacidad para institucionalizar los conflictos, para producir individuos autónomos susceptibles de asegurar el orden de manera política y formalizada...⁴

A su vez, el residir en la capital hace que los individuos se encuentren en contacto con distintos tipos de cultura y desarrollo. Se puede considerar el diseño una manifestación objetiva de ellos, las imágenes y objetos que nos rodean, herramientas, utensilios, máquinas de la industria, servicio, entre otros. “En 1960, México ocupaba el décimo lugar entre los países que más invertían en publicidad (no en balde existían 150 agencias)”⁵

De igual manera, el diseñador, como cualquier otro profesional, se enfrenta a una sociedad con situaciones complejas: falta de estabilidad por las crisis económicas, desigualdad en los niveles de educación e información a los que se tiene acceso, desconfianza generalizada por parte de la sociedad desde hace unas pocas décadas y que influye en la confianza que le tiene al diseñador y a su trabajo. “La sociedad mexicana es predominantemente desconfiada. Así lo era hace veinte años y lo sigue siendo, según las cuatro versiones de la Encuesta Mundial de Valores (1981, 1990, 1995 y 2000)”⁶

4 Francois Dubet, *Sociología de la experiencia*, Madrid, Universidad Complutense, Centro de Investigaciones Sociológicas, 2010, p. 39.

5 Luz del Carmen Vilchis Esquivel. *Historia del diseño gráfico en México 1910-2010*, México, CONACULTA-Instituto Nacional de Bellas Artes, 2010, p. 312.

6 Fernando Solana. Coord. *Educación y desigualdad*. México,

La desconfianza se encuentra presente en distintos niveles y sectores; “sólo 2 de cada diez mexicanos comparten la opinión de que se puede confiar en la mayoría de las personas”⁷ y más del 50 por ciento está convencido de que la gente se aprovecharía de uno si tuviera la oportunidad; es generalizado el sentimiento de que otros tratan de sacar ventaja y por lo tanto se tiende a ser cauteloso. Sólo casi el 20 por ciento cree que recibiría un trato justo al interactuar con otra persona. Este fenómeno también afecta al diseñador, ya que, si existe un alto porcentaje de desconfianza por parte de la sociedad hacia la gente en general, tal conducta se manifiesta también hacia el diseñador; por ello que las recomendaciones de otros (clientes, usuarios o empleadores) son importantes, pues cuando el diseñador genera confianza en la sociedad, tiene más probabilidad de insertarse en nuevos medios y ampliar su campo de aplicación.

Además de la desconfianza, la falta de estímulos hacia áreas artísticas, creativas y plásticas y de humanidades en general se refleja en el interés de la sociedad en este sector. “La prioridad en la enseñanza a los niños en el hogar mexicano es el sentido de responsabilidad, seguido de la tolerancia y la obediencia. El estímulo a la imaginación ocupa el lugar más bajo de las preocupaciones de los padres al formar a sus hijos.”⁸ El diseñador puede producir un cambio fomentando confianza en los demás mediante una práctica responsable en el trato con los clientes y al prestar los servicios de manera eficaz. El diseñador es un factor de cambio social, ya que tiene la capacidad de intervenir de manera positiva en la sociedad que lo rodea porque satisface o coadyuva a satisfacer necesidades de comunicación en ella.

En cuanto a las situaciones por las que han pasado la sociedad y el diseño mexicanos, son numerosas, como el caso del diseño de grabados de crítica y denuncia de Fondo Mexicano para la Educación y el Desarrollo, A.C., 2005. p. 11.

7 *Ibid.*, p. 12.

8 *Ibid.*, p. 12.

Guadalupe Posada, quien participó activamente en la vida social de México, y, en el marco de los conflictos civiles, el surgimiento de editoriales en apoyo o en contra del gobierno y sus acciones, al igual que el diseño de protesta después de lo acontecido el 2 de octubre de 1968, todos ellos factores que han contribuido al desarrollo del país y de la cultura misma.

Desde el punto de vista de Francois Dubet, la cultura se entiende, “en su sentido antropológico, como un conjunto de maneras de ser, de hacer, y de representaciones del mundo.”⁹ Así, uno de los elementos esenciales en los procesos del diseñador es el análisis de esas maneras de ser de la sociedad, con el cual puede contribuir a generarlas y transmitir las distintas representaciones del mundo. Entonces el diseñador (en formación o inmerso ya en el campo laboral) tiene que integrarse y conocer lo que sucede en su entorno y la cultura que lo rodea, responder a una sociedad que precisa de sus servicios y a la vez lo estimula a desarrollar sus capacidades, además de obtener una retribución justa por los servicios desempeñados. Es responsabilidad de él trabajar en conjunto con la sociedad: “Promoviendo el diseño, elevamos un quehacer profesional a los niveles más altos de dignidad; impulsamos la especialidad a un grado superior, y con ella, a sus protagonistas; los diseñadores, productores, comerciantes y usuarios...”¹⁰

9 Dubet, *op. cit.*, p. 315.

10 Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México, *Diseño mexicano, industrial y gráfico*, Grupo Editorial Iberoamericana, 1991, p. 11.



Como se observa, hay una interacción entre la sociedad y el diseñador, ya que se complementan e influyen mutuamente, pues el diseño depende directamente de la sociedad para su existencia.

México es una tierra donde el proceso de la historia ha consistido en una continua destrucción y sustitución de culturas en lugar de un crecimiento y evolución regular de un periodo hacia el otro. Con esfuerzos de iluminación constantemente alternados y desconectados, en lugar de una progresión continua acumulativa, el México de hoy todavía muestra rastros de la múltiple experiencia de nuestra historia.¹¹

La reflexión que hace Vasconcelos sobre el México en constante destrucción y sustitución de culturas se ratifica en los varios siglos de historia: desde la época prehispánica en la lucha y poderío de los imperios, pasa por la conquista española con la sustitución de ídolos y lugares sagrados, sigue después en la destrucción y sustitución durante la independencia y luego la revolución, hasta llegar al siglo XXI; estas condiciones generan una dicotomía en la sociedad también presente en el diseño.

Los niveles de vida también se multiplican y coexisten, desde la riqueza y el refinamiento hasta la absoluta miseria y menesterosidad. Un país de casta y oposición de todo tipo, un país de preocupación y maravilla. Incluso respecto al temperamento moral, nuestra colección varía desde los actos santos de los misioneros hasta las torcidas crueldades de los conquistadores, y en los días posteriores, desde la severidad e iluminación de Juárez, hasta la brutalidad de los mandos militares

11 José Vasconcelos, *La otra raza cósmica*, México, Almadía, 2010, p. 29.

que impusieron el asesinato político como regla del gobierno. Tal es nuestro México, un país de esperanza y desconsuelo; el ritmo de su vida misma es el ritmo de su contraste.¹²

El Mtro. Julián López Huerta¹³ plantea que el diseño es un fenómeno complejo de socialización que influye determinantemente en el desarrollo cultural del país, ya que se encarga de la comunicación de la sociedad y puede ejercer un papel importante en la generación de divisiones. Dicho fenómeno dentro del gremio del diseño origina diversos círculos y niveles de diseñadores, escindidos en clases que contribuyen a la dicotomía dentro de la sociedad; por ejemplo, se valora más a quien trabaja para personas con alto poder adquisitivo, en lugar de darle un valor sin importar el nivel de ingresos y a base de otros criterios cualitativos; con estas actitudes el diseñador contribuye directa o indirectamente a la propagación de esa división.

Hay cierta fatalidad en el destino de los pueblos lo mismo que en el destino de los individuos; pero ahora que se inicia una nueva fase de la Historia, se hace necesario reconstruir nuestra ideología y organizar conforme a una nueva doctrina étnica toda nuestra vida continental. Comencemos entonces haciendo vida propia y ciencia propia. Si no se libera primero el espíritu, jamás lograremos redimir la materia.¹⁴

La división social del país en clases alta, media y baja se ha ido desvaneciendo debido a los cambios en la economía y la alza de diversos productos y servicios, reduciendo e intensificando esta condición en dos polos opuestos: los que tienen el poder económico cada vez son menos, pero con bienes mayores, y los que tienen menor poder adquisitivo son cada vez más, lo que provoca que la dicotomía social se acentúe y la clase media tienda

12 *Ibid.*, pp. 31-32.

13 Apuntes tomados durante el Seminario de Contexto social del Programa de Posgrado en Artes y Diseño de la UNAM, dado por el Maestro Julián López Huerta en la Unidad de Posgrado, C.U., durante 2013.

14 José Vasconcelos, *op. cit.*, p. 40.

a desaparecer. “En toda sociedad escindida en grupos económicos hay diseñadores para cada cual; unos para una clase social y otros para la otra, sin importar que esa otra también sea capaz de pagar el servicio y apreciar los resultados.”¹⁵ O como Bonsiepe menciona, “no es simplemente un producto barato, sino calidad a un precio apropiado.”¹⁶ Tanto el diseñador como las empresas privilegian a unos u otros según su clase social y categoría económica, profundizando así las divisiones en la sociedad y entre los diseñadores.

La evolución de la economía ha conocido, entonces, dos movimientos contradictorios: el enriquecimiento, pero simultáneamente el empobrecimiento; la apropiación con respecto a la naturaleza, pero la expropiación con relación al hombre.¹⁷

Quizá la sociedad tenga una idea distinta de los costos del diseño, y por ello crea que el poder adquisitivo es limitante para consumir los diversos tipos de aplicaciones del diseño; en un panorama así, el diseñador funciona como puente entre las necesidades sociales y su satisfacción.

Norberto Chaves dice que el diseño en todas sus especialidades es un producto de la sociedad, pues su existencia y cambio se determinan por las condiciones externas impuestas por la realidad histórica del hombre y su contexto social. Entonces la forma de existir del diseño depende directamente de la sociedad en la cual se encuentre inmerso, y de ahí que, en el plano espacial y sincrónico, el diseño en esta parte del mundo con una economía en desarrollo no es el mismo que el que se desenvuelve en otras, si bien hay coincidencias, aunque con exigencias sociales distintas. En el plano temporal y sincrónico, se ha pasado de una economía de recolección a una de producción y ahora a una de servicios e información. Por lo tanto, si uno de los

15 Fernando Martín Juez, *Contribuciones para una antropología del diseño*, Barcelona, Gedisa, 2002, p. 29.

16 Bonsiepe, *op. cit.*, pp. 2-28.

17 Martín, *op. cit.*, p. 48.

propósitos del diseño es satisfacer necesidades sociales, luego las acciones que lleve a cabo el diseñador han de tomar el rumbo de la sociedad.

El diseño también puede ser visto como un recurso para encauzar a los individuos en una dirección específica en su movilidad social. Y también como una variante dentro de los mecanismos de expansión de poder a partir de los cuales se propagan las ideas convenientes a los círculos que lo ostentan. El diseñador es participe de estos fenómenos, aunque no siempre consciente, y tendrá que tomar conciencia de esta responsabilidad.¹⁸

Si el diseño puede ser aplicado en muchos ámbitos de la sociedad, el diseñador tiene que estar preparado para resistir los cambios, adaptarse a la sociedad y a la economía en la que México se encuentre. Durante los años cincuenta no se le daba la importancia que en décadas posteriores, pues no conocían ni tenían noción de sus beneficios las empresas y la sociedad, como ahora. Aun así, el trabajo de los diseñadores se vio reflejado en muchos aspectos: la creación de la gráfica para el Fondo de Cultura Económica por Daniel Cosío Villegas en 1934, la Imprenta Madero a principios de los años cincuenta, la marca “hecho en México”, la primera impresión de los libros de texto gratuitos en 1960 con la aprobación del presidente López Mateos, en la que se puede apreciar el uso del diseño.

Al igual que el libro de texto, las empresas privadas comienzan a necesitar de diseñadores e impresores para la elaboración de nuevos libros, historietas y láminas de apoyo didáctico, que hasta la actualidad se venden en las papelerías a precios accesibles. Todos estos acontecimientos se desarrollan dentro de un permanente flujo e intercambio de información, los cuales, con la intervención de los diseñadores y las

18 Apuntes tomados durante el Seminario de Contexto social del Programa de Posgrado en Artes y Diseño de la UNAM, dado por el Maestro Julián López Huerta en la Unidad de Posgrado, C.U., durante 2013.

aplicaciones dentro de los medios masivos, el ambiente urbano y los transportes públicos, son generadores de cultura y de empleo para el diseñador.

Las primeras generaciones de diseñadores se dedicaron a abrir camino y a convencer al público de los beneficios variados que traía el diseño. Sin embargo, se percibe un decrecimiento de velocidad de la profesión en los últimos años debido a varias razones: la proliferación de diseñadores, la débil preparación, la competencia desleal en el campo de trabajo, la preparación técnica de escuelas no profesionales y, sobre todo, por el dominio generalizado del uso de la computadora.¹⁹

Ahora hay que trabajar en las implicaciones y aplicaciones del diseño de manera directa, pero también apoyar a las nuevas generaciones, pues, como se ha visto, tienen otros elementos que considerar para su inserción en el campo laboral, como el uso de las redes sociales, blogs, páginas web y espacios de divulgación para la promoción de servicios, los cuales ofrecen la oportunidad de que su trabajo sea conocido a nivel mundial y, por ello, posibilidades laborales en otros lugares.

En cuanto a la relación que tiene el diseño con la sociedad, algunos diseñadores concuerdan con lo siguiente: “El diseño sigue siendo una profesión marginal y aunque necesaria para la mayoría de los productos de la vida cotidiana, no se la tiene en cuenta como merece. Al diseño le falta un reconocimiento oficial explícito para ser una profesión con peso en la sociedad.”²⁰ La sociedad se encuentra en contacto con el diseño, aunque no sea consciente de ello; luego, ¿por qué no le da el valor o reconocimiento que debería? El valor que cada individuo le otorgue al diseño varía según la información que tenga de éste; así pues, dado que el grueso de la sociedad desconoce las distintas

19 Fernández, *op. cit.*, p. 199.

20 André Ricard, *Conversando con estudiantes de diseño*, Barcelona, Gustavo Gili, 2008, p. 137.

aplicaciones y valores del diseño (si bien el rol de la sociedad no es conocer en su totalidad a qué se dedica cada profesional en particular), es tarea del diseñador transmitir de una manera clara a que se dedica y los servicios que ofrece porque entonces la sociedad tendrá más certeza de aquello a lo que se dedica.

El diseño puede ser visto como factor de valoración en los productos de consumo, puesto que la valoración genera plusvalía, pero en épocas de crisis económicas, como en la depreciación del peso mexicano en 1994 y otras más que han acontecido en los últimos años, se considera que el diseño es prescindible, por lo cual en las situaciones de desestabilidad económica tiende a desaparecer su área o departamento dentro de las empresas, ya que se da prioridad a otros. Las crisis económicas han fomentado la aparición de nuevas formas de empleo en el diseño, como el de realizar la actividad de manera independiente, una modalidad frecuente en la actualidad.

Se puede considerar el trabajo del diseñador también un indicador informal del nivel de la economía, así como de las prioridades y el bienestar de la sociedad. Por otra parte, la cultura con la que se convive todos los días y se genera por la misma sociedad ha entrado en un estado de practicidad y “ello hace que cualquiera que tenga una computadora se pueda sentir diseñador.”²¹ Es algo común y conocido que al necesitar los servicios de un diseñador algunos recurran al sobrino o a quien sabe usar la computadora o dibujar bien en la familia, dejando de lado al diseñador, quien ha estudiado y se ha preparado para ello, pero que no se encuentra en contacto con la sociedad.

Para que exista comunicación y desarrollo en el campo del diseño, el diseñador debe compartir diversos elementos de conocimiento y aprendizaje. Papanek indica que el aprendizaje “es un proceso durante el cual el medio ambiente cambia al estudiante, y

²¹ Cuevas, Sergio, Joan Peypoch y Daniel Salinas, *Cuánto y cómo cobrar el diseño gráfico en México. Guía básica de costos y procedimientos*, México, Grupo XG Manuscrito, 2001², p. 3.

el estudiante cambia al medio ambiente. En otras palabras, se influyen mutuamente.”²² En algunos casos interviene en el proceso la falta de confianza y seguridad del diseñador, lo cual se observa en una serie de encuestas realizadas a una comunidad de diversos semestres de la FAD durante 2014, además de otro grupo de egresados de la ENAP (ahora FAD) de la generación 2007-2011. A partir de ellas, se encuentra que la inseguridad se presenta en el diseñador en formación y le afecta en la autogestión y la socialización al desenvolverse en el ámbito laboral.

Asimismo, existen grupos de diseñadores que trabajan en nuevas áreas de aplicación del diseño: el art-toy, realidad aumentada en los diferentes medios impresos o digitales, community manager, conceptualización y desarrollo de apps, diseño de videojuegos para diversas plataformas, animación y elaboración de renders. Igualmente hay aquellos que desarrollan diseño de manera eficaz sin ser reconocidos por las autoridades del gremio. “Aunque la cultura del diseñador sirvió para crear una ilusión de individualismo creativo dentro del mercado de masas al ensalzar un nombre. Había muchos otros diseñadores que trabajaban de manera anónima, fuera del “star system”.”²³ En este sentido, se observa otra división del diseño, el cual se fracciona en diseño popular o masivo y diseño de élite. Así, también se encuentra en él la dicotomía según el tipo de consumidores o usuarios finales, marcada y generada por el mismo diseñador.

Como se ha visto en este apartado, el crecimiento acelerado que ha sufrido la profesión debido al uso de la tecnología trae consigo cambios de rol en las estructuras laborales, junto con las modificaciones en los planes de estudio y perfiles de egreso, y aparentemente hay un desfase entre lo que sucede en la sociedad y lo que se enseña en los centros de estudio. Como resultado, se presenta una exigencia

22 Papanek, *op. cit.*, p. 248.

23 Penny Sparke, *Diseño y cultura una introducción. Desde 1900 hasta la actualidad*, Barcelona, Gustavo Gili, 2010, p. 197.

por parte de los empleadores, la cual puede diferir de las habilidades que posee el diseñador, ocasionando desconfianza en sus capacidades, de manera que interfiera en la inserción en el campo laboral.

El diseño siempre va a necesitar de la sociedad para su ejercicio, a diferencia de ésta, la cual puede seguir sin la intervención del diseño; lo significativo es que el diseñador tiene que reflexionar en torno al lugar donde se desenvuelve para comprender la posición que puede desempeñar y entender que su profesión existe a partir de la sociedad y no se puede dejar de lado su influencia e importancia en el desarrollo del trabajo del diseñador.

Diversas situaciones se presentan al iniciar la vida laboral: el diseñador puede encontrar una amplia gama de opciones laborales y elegir la acorde con sus necesidades y la remuneración proporcional a los servicios que preste, además de tener en consideración las prestaciones y beneficios, como seguridad social, fondo de ahorro para el retiro, prestamos para la vivienda, seguro de gastos médicos mayores y otros.

Conforme pasan los años y durante la búsqueda de empleo, el diseñador comienza a tomar en cuenta este tipo de consideraciones, aunque, cuando se encuentra en formación, varias pasan desapercibidas, pues su enfoque se dirige a otros aspectos: desarrollo de habilidades con las nuevas tecnologías en el diseño, solicitud de vacantes en empresas de gran prestigio en diseño, obtención de una calificación aprobatoria o suficiente para cumplir con los créditos escolares.

Eso no quiere decir que un ámbito sea mas importante que otro, sino que se complementan, y por tanto se pretende un equilibrio entre ambos (también influyen otros elementos, como el contexto, la condición personal, la estabilidad emocional) a fin de coadyuvar en la inserción en el campo laboral, ya que dependiendo de ello los resultados pueden ser diversos.

Si uno está contento con su trabajo y lo considera bueno, si uno se auto aprueba y se auto acepta, los problemas de aceptación y aprobación externa pasan a un segundo plano, vienen después. Primero está el creer y querer lo que uno hace. Después hay que resolver la forma en que uno se comunicará con la audiencia, con esos otros que hoy, mientras nos estamos formando, tanto nos importan. En la medida en que desarrollemos presencia,

frente a nosotros mismos y frente a los demás, desarrollaremos fuerza, y la fuerza nos situará en una posición de poder. Presentar un nuevo trabajo con convicción desde una posición de poder es el resultado final de un proceso de formación que nos dio seguridad en nosotros mismos y también la satisfacción primordial que resulta de haber logrado un principio de autonomía.²⁴

La formación dentro de la Facultad de Artes y Diseño (antes ENAP, UNAM) opera bajo un perfil humanista que “visualiza al alumno como un futuro profesional capaz de influir positivamente en su entorno, a través del diseño y la comunicación, es decir, se ponderan tanto custodia y difusión de la cultura, como creación e investigación, encaminadas al enriquecimiento del acervo visual de las diferentes áreas de quehacer profesional (...).”²⁵ Se pretende que el diseñador cuente con las suficientes herramientas al término de la formación académica para que se incorpore al campo laboral, pues posee el conocimiento y licencia que lo habilita para ejercer dicha profesión.

La licenciatura en Diseño y Comunicación Visual de la FAD tiene presencia en la sociedad, dado que la matrícula estudiantil aumenta año con año, pero también se presenta otra situación: el diseñador ha perdido autoridad si se entiende por ella el prestigio y crédito que reconoce a una persona por su legitimidad, calidad y competencia en alguna materia, pérdida ocasionada por la falta de interés y eficacia de algunos diseñadores. “En el campo del diseño, no obstante, la autonomía y la autoridad sobre el discurso y sobre la capacidad de los diseñadores para ejercerlo es todavía incierta. No sólo al interior del propio campo, sino en su percepción externa, existen criterios difusos acerca de lo que pueden hacer.”²⁶ El diseñador tiene que dejar

24 Porter, *op. cit.*, p.180.

25 http://licenciaturas.fad.unam.mx/wp-content/uploads/2013/11/RESUMEN_EJECUTIVO_DCV_OFICIAL.pdf (consultado el 10/04/2014).

26 Alejandro Tapia, *El diseño gráfico en el espacio social*, México,

de esperar que el entorno le otorgue el reconocimiento que desea y pensar en lo que él puede dar a la sociedad.

Asimismo surge la pregunta: ¿el diseñador se encuentra adecuadamente preparado para integrarse en la sociedad mexicana llena de contrastes y mutaciones? Desde el aspecto formativo, la institución brinda conocimientos, pero el diseñador debe ser consciente de que no otorga todos: “cada diseñador es responsable de lo que hace.”²⁷ Aunque el diseñador en formación cree no contar con la experiencia suficiente, pues ignora los años de estudio y preparación que tuvo durante la carrera al elaborar diversos proyectos, éstos constituyen la experiencia que avala sus conocimientos y él mismo demerita, tomándolos como un trabajo escolar más y no dándoles la importancia necesaria, si bien no todo depende de la formación académica, ya que también interviene su formación personal y la sociedad.

Además, existen casos de diseñadores que encuentran un lugar en el mundo del diseño y la comunicación visual,²⁸ que a la par de otros tantos, exponen su postura perceptual sobre la problemática de los diseñadores y el acercamiento al campo laboral desde la formación: les parece que los estudiantes carecen de conciencia clara de a qué se dedican, pues el campo es muy amplio, pero esto a su vez trae beneficios porque hay muchas oportunidades de inserción laboral.

Opinan que la universidad enseña lo básico para iniciarse en el campo laboral, mas no todo lo necesario, por lo que es indispensable una disposición para aprender continuamente y una cultura general amplia; también expresan que es importante “demostrar que tu

Designio, 2004, p. 22.

27 Del Vecchio, *op. cit.*, p. 113.

28 Alejandro Magallanes, Antonio Sánchez, Carlos Palleiro, Eric Olivares, Felipe Covarrubias, Antonio Pérez Ñiko, Benito Cabañas, Domingo Noé Martínez, Félix Beltrán, Gabriela Rodríguez, Germán Montalvo, Gonzalo García Barcha, Héctor Montes de Oca, Javier Henríquez Lara, Jorge Alderete, José Luis Coyotl Mixcoatl, José Manuel Morelos, Luis Almeida, Luis Torres, Mónica Zacarías, Pablo Rovalo, Paco Estrella, Paco Gálvez, Renato Aranda, Ricardo Salas, Rogelio López Álvarez, Sara Luna, Vicente Rojo, Xavier Bermúdez, Cristobal Henestrosa, Gabriel Martínez Meave, entre otros.

trabajo puede ser distinto,” que cada uno debe buscar algo que haga como pocas personas lo pueden hacer.

Uno de los problemas que encuentran es la sobrepoblación de diseñadores: egresados de universidades e instituciones públicas o privadas que están ejerciendo en despachos, agencias o de manera independiente; otros cuyos conocimientos y habilidades no son los mejores, pero que se encuentran en la profesión, y un porcentaje sin formación académica se dedica al diseño. “Para quien empieza la tienen complicada, pero conforme van creciendo se encuentran mejores oportunidades.”

Algunos diseñadores externan diversas situaciones frecuentes²⁹ al salir de la universidad e iniciar su vida laboral en las que han encontrado dificultades:

- determinar costos de sus servicios cuando trabajan de manera independiente;
- cómo desenvolverse en entrevistas de trabajo;
- lineamientos actuales sobre las formas de trabajo dentro de las empresas;
- gestión de proyectos;
- trabajo bajo presión;
- trato directo con los clientes.

La mayoría considera buena su inserción al campo, si bien varios comenzaron a trabajar durante la universidad; es importante tener actitud positiva y perseverante, no dejar de buscar oportunidades y, sobre todo, trabajar mucho. Coinciden en que aquellos en formación presentan puntos débiles al pretender ingresar al medio, como el desarrollo de cotizaciones, preparación de portafolio y trabajo bajo presión, lo cual es observado al reclutar personal, empresa como diseñadores independientes o donde se encuentren laborando.

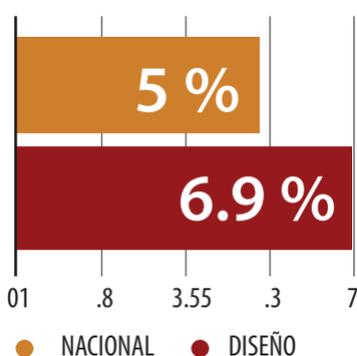
29 Datos obtenidos de una serie de encuestas realizada en octubre y noviembre de 2013 a ex alumnos de la Escuela Nacional de Artes Plásticas por la Lic. Ana Isabel Galván Fabián, con un universo de 50 personas.

Otra serie de encuestas a la comunidad de la Facultad de Artes y Diseño de la UNAM (2013-2014) muestra que el diseñador en formación es consciente de algunas de sus fallas: falta de seguridad, de experiencia, de conocimiento de algunas herramientas o habilidades, falta de decisión y mala actitud.

Aunque también existen otros motivos, algunos manifiestan que no han tenido contacto con el campo laboral, pues “apenas estoy comenzando”, “no he tenido tiempo de adaptarme a la manera de trabajo” y “no me encuentro preparado”.

En cuanto a la inserción laboral, surge la pregunta: ¿por qué el diseño se encuentra entre las profesiones con mayor índice de informalidad en el empleo? Durante 2014 tiene una tasa del 6.9% de desempleo, cuando el promedio nacional es de 5%³⁰ (GRÁFICA 6), o acaso ¿existe un mal enfoque para la inserción en la sociedad? El diseño es una profesión por cuya naturaleza de desarrollo de proyectos puede realizarse de manera informal, aunque el régimen fiscal (para la Secretaría de Hacienda) correspondiente es la prestación de servicios profesionales con emisión de facturas o recibos de honorarios para no incurrir en la informalidad; en tal modalidad, el diseñador trabaja de manera independiente, define su horario y tiene que gestionar sus servicios, pues sus ingresos dependen de

TASA DE DESEMPLEO



GRÁFICA 6

³⁰ <http://imco.org.mx/comparacarreras/#/carrera/213> (fecha de consulta: 08/04/2014).

ello. Debido a que no todos los diseñadores realizan el registro, no se puede tener una cifra exacta de aquellos que se encuentran ejerciendo.

El diseño es una actividad en la cual el trabajo independiente es una opción laboral; por ello la tasa de informalidad en este sector es de 43.2%. De acuerdo con la IMCO, el diseño se encuentra entre las diez profesiones con el mayor porcentaje de informalidad, junto con música, artes escénicas, bellas artes, veterinaria, filosofía y ética, comunicación y periodismo, producción y explotación agrícola y ganadera, derecho y criminología, en ese orden. Sin embargo, es de las carreras que poseen los porcentajes más elevados de trabajadores por cuenta propia, junto con estomatología, odontología y bellas artes, coadyuvando en la generación de empleos en la propia profesión y en otras.

En comparación con la tasa de ocupación, el diseñador se encuentra en una condición favorable según los datos de la IMCO. El promedio nacional es de 95% y los diseñadores tienen una tasa de 93.1%. Aunque esta estadística no contempla los datos de los que laboran en malas condiciones y con remuneraciones bajas, mide la cantidad de diseñadores ocupados a nivel nacional. “El salario ofrecido por las empresas no satisface las expectativas de los que demandan trabajo, pues los ingresos que pueden obtener de manera formal y regular pueden ser superados por los que obtienen en la realización de alguna actividad informal.”³¹

En otra época, la aspiración del grueso de los diseñadores era ser empleado de algún despacho o agencia, y el ser emprendedor, algo extraño y nuevo; a causa de los cambios en la estructura laboral del diseño, ahora es una elección usual y una opción desde la formación, la cual fomenta vínculos con otros diseñadores y con la sociedad, además de un acercamiento temprano al medio. En esta forma, el diseñador se hace cargo de la situación laboral, explora y se relaciona con el entorno, desarrolla habilidades

³¹ Fernando Solana, *op. cit.*, p. 54.

de gestión empresarial y genera a futuro una opción laboral para otros diseñadores. Esa experiencia le otorga un valor agregado al diseñador, pues no sólo le da seguridad, sino que comienza a experimentar y reconocer sus habilidades para realizar su trabajo.

La experiencia³² es una actividad cognitiva que permite concebir la realidad, verificarla y experimentarla, una manera de construir el mundo: “La noción de experiencia es la que puede servir de vínculo entre estos dos proyectos, pues designa a la vez un tipo de objeto teórico y un conjunto de prácticas sociales características de nuestra sociedad.”³³ La experiencia ayuda a reforzar el conocimiento del diseñador, pues lo pone en contacto con la realidad laboral y social y se complementa con la formación teórica de las diversas actividades y procesos, de manera que el conocimiento surge de la reflexión sobre la práctica y del análisis de las experiencias; ello permite generar propuestas para una mejor inserción en el campo laboral.

Las primeras oportunidades del diseñador no siempre son fáciles, y, como señala André Ricard, los empleadores incurren en una contradicción en cuanto a la experiencia requerida: “Lo absurdo de todo ello es que precisamente la experiencia sólo se adquiere si se ejerce y ¡sólo se puede ejercer si se tiene experiencia!”³⁴ En

32 “La noción ordinaria de experiencia es ambigua y vaga, especialmente porque evoca dos fenómenos contradictorios a los que, sin embargo, es importante relacionar. En un primer sentido, la experiencia es una manera de sentir, de ser invadido por un estado emocional lo suficientemente intenso como para que el actor, al tiempo que descubre la subjetividad personal, no se sienta ya dueño de sí. A esta representación emocional de la experiencia se yuxtapone un segundo significado: la experiencia es una actividad cognitiva, una manera de construir lo real y, sobre todo, de verificarlo, de experimentarlo. La experiencia construye los fenómenos a partir de las categorías del entendimiento y de la razón. Evidentemente, para el sociólogo estas categorías son ante todo sociales, formas de construcción de la realidad. Desde ese punto de vista, la experiencia social no es una esponja, una forma de incorporar el mundo a través de las emociones y de las sensaciones, sino una manera de construirlo. Es una actividad que estructura el carácter fluido de la vida”. Dubet. *Op cit.* p. 86.

33 *Ibid.*, p. 11.

34 André Ricard, *Conversando con estudiantes de diseño*, Barcelona, Gustavo Gili, 2008, p. 91.

ocasiones resultan irónicos y disparatados los diversos requerimientos que solicitan los reclutadores para ocupar un puesto: la edad para ingresar (gente joven), los años de experiencia comprobable, 100% de dominio de los programas de edición, disponibilidad de horario, trabajo bajo presión, tolerancia a la frustración, actitud de servicio, entre otros, con una remuneración no acorde a todos estos requisitos. Ello refleja el desconocimiento de algunos empleadores con respecto a la profesión.

O en caso de iniciar su empresa de manera independiente, se necesita mucho tiempo de dedicación y gestión, además de buscar los medios para iniciar la empresa de manera formal.

Por otro lado, para el diseñador en formación universitaria, los empleadores desempeñan el papel de contacto entre la sociedad y el diseño. Por ello se realizó una recopilación en cuatro buscadores de empleo y se localizaron vacantes de diseño en la Ciudad de México³⁵ con el fin de tener otro punto de comparación sobre remuneración, horario laboral y años de experiencia, con lo cual se hizo el muestreo de algunos aspectos sobre la inserción al campo laboral, para que así el diseñador tenga un panorama e información sobre el medio al cual pretende ingresar.

En general existen coincidencias entre los datos que se obtienen de las distintas fuentes. El diseñador puede encontrar una amplia gama de oportunidades, desde aquel puesto con horario de lunes a viernes de 9:00 a 18:00 horas con remuneración dentro del promedio de profesionistas ocupados hasta aquel de lunes a sábado de 8:30 a 19:00 horas con sueldo mínimo.

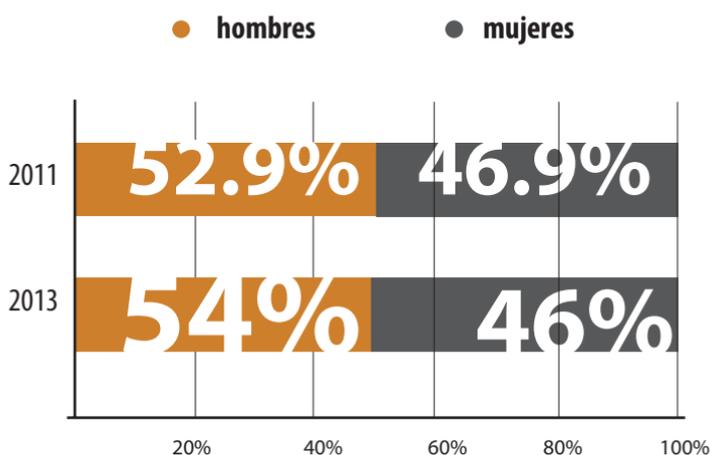
Algunos empleadores prefieren la experiencia comprobable (**GRÁFICA 7**), además del respaldo de una institución de formación, aunque también buscan diseñadores con alrededor de un año de experiencia, junto con el manejo de paquetería especializada y el dominio de otro idioma, de preferencia inglés.

35 Computrabajo, OCC México, LinkedIn, empleo.gob.mx, durante el primer trimestre de 2015.



GRÁFICA 7

Respecto al género de los diseñadores que se encontraban ejerciendo durante 2011 y 2013, de acuerdo con los datos que la revista *a! diseño* publicó, el porcentaje de hombres es menor que el de las mujeres en ambos años (**GRÁFICA 8**). Estos datos oscilan año con año y también en cuanto a las edades y cargos, pues en puestos superiores los hombres ocupan más espacios que las mujeres, según esas mismas encuestas, quizá en algunos casos debido a los intereses y prioridades personales, como la elección de la maternidad o formar una familia, lo que modifica las estadísticas laborales. Sobresale en lo anterior el mayor porcentaje de hombres en puestos altos en contraste con el menor porcentaje general en relación con las mujeres.



GRÁFICA 8

Fernando Martín Juez plantea que dentro de este vasto universo es posible encontrar varias clases de diseñadores, entre ellos los profesionales y los no profesionales. “El diseñador no profesional es capaz de reproducir, con la técnica y materiales que dispone, soluciones conocidas y útiles para la mayoría de la gente”.³⁶ Debido al incremento de la población y a la situación económica desde hace varios años, el número de diseñadores no profesionales se ha ido incrementando. Los diseñadores profesionales tienen los atributos de éstos, pero además “se preocupan del crecimiento en su saber especializado y la comprensión de la forma de vida y proyectos de la gente para la que diseña; reconoce la diversidad y, en ella, la identidad de las personas; comprende los límites y las potencialidades, lo que es y no es capaz de hacer, lo que sabe y lo que aún no sabe.” Esta diferencia no radica solamente en la cuestión académica, ya que no solo los licenciados de una institución de educación superior pueden alcanzar esta formación y calidad de trabajo.

La formación es parte del ser humano: el hombre en todo momento se encuentra aprendiendo cosas, del lugar donde vive, de donde se desarrolla y de las personas con quienes convive, pero como afirma Fernando Martín, “lo que sí es de suponer, es que el licenciado de dichas instituciones adquiera las habilidades necesarias para ejercer estos talentos”.³⁷ Parecen altas las expectativas que se tienen del diseñador en formación, mas si se hace conciencia de la importancia y las repercusiones de su profesión sobre la sociedad, debería estar a la par de ésta.

36 Martín, *op. cit.*, p. 31.

37 *Ibid.*, p. 32.

En definitiva, todo tipo de experiencias es útil para el diseñador y el darse cuenta de los fenómenos laborales a partir de las experiencias de otros le ayuda a tener un panorama de lo que está por emprender. También ha de saber que no es el único que pasa por esas situaciones laborales y que no solo dependen de él, sino del contexto y un sinfín de variables sobre las cuales no tiene control ni certeza.



Un elemento vital para mantener a la fuerza de trabajo es la compensación adecuada. Los empleados deben recibir un salario justo por su contribución productiva.³⁸

El tema de la remuneración del diseñador es controvertido, pues el rango es amplio y no todos obtienen la misma remuneración, aunque en ocasiones se encuentren desempeñando las mismas actividades; también depende del sector de producción en que se inserte, además de otros aspectos que se toman en cuenta para la remuneración, como años de experiencia, edad, dominio de programas o paquetería, manejo de recursos humanos, horario.

La desigualdad en la distribución del ingreso en México comienza a acentuarse desde 1977. Un aspecto de la inequidad social es la desigualdad salarial. Ésta, ¿a qué se debe? Las explicaciones son diversas. Algunos lo relacionan con la caída en el poder adquisitivo del salario mínimo, aunque la evidencia es que éste no funciona como el referente clave para la fijación de otros salarios.³⁹

En la época de los noventa, se presenta el cambio en el rol de trabajo del diseñador, que también influye en el ingreso y los modos de empleo. Otro factor igualmente presente, la oferta y demanda de diseñadores que la sociedad y los medios necesitan. Puede trabajar en muchos sectores de la industria o de forma independiente, de modo que la retribución económica depende de las actividades que realice y el horario.

38 Elia Socorro Díaz Nieto, Laura Patricia Saavedra Uribe y Héctor Fernando Valencia Pérez, *Sueldos y salarios; guía práctica y metodología*, México, Plaza y Valdés, 2010, p. 55.

39 Fernando Solana, *op. cit.*, p. 52.

De ahí que el salario tiene importancia para el diseñador empleado o empleador, el cliente y la sociedad; por ello se toma como soporte teórico el libro de Elia Socorro Díaz Nieto y sus colaboradores Laura Patricia Saavedra Uribe y Héctor Fernando Valencia Pérez, *Sueldos y salarios: guía práctica y metodología* a fin de conseguir una perspectiva de la economía, enriquecida con las entrevistas efectuadas para esta tesis y los datos de encuestas realizadas por la revista *a! diseño* para así lograr un balance sobre la remuneración del diseñador, cuya información sobre lo que gana en promedio, si cubre sus necesidades de la línea de bienestar y el nivel de satisfacción relativo al salario, todo lo cual nos da un panorama sobre los salarios y la situación económica del diseñador con respecto a otras profesiones.

Los salarios tienen un importante efecto sobre los diversos grupos e instituciones dentro de la sociedad. Los salarios más elevados proporcionan mayor poder adquisitivo, aumentan la prosperidad de la comunidad y promueven la expansión de los servicios. En la medida en que los salarios aumentan hacen que los precios se vuelvan más elevados, lo cual, por otro lado, sirve para reducir el patrón de vida de aquellos cuya renta no tiene un aumento proporcional.⁴⁰

En cuanto al término para referirse a la remuneración que obtiene el diseñador por sus servicios, existen diversos nombres. La palabra salario (del lat. *salarĭum*, de sal)⁴¹ se entiende como el pago o remuneración regular otorgado por la prestación de un servicio. El sueldo (del lat. *solĭdus*) es una remuneración regular asignada por el desempeño de un cargo o servicio profesional. Conforme a estas definiciones, no hay distinción esencial; sin embargo, algunos autores marcan una diferencia entre salario y sueldo, según la

40 Díaz, op. cit., p. 58.

41 Diccionario de la lengua española, s.v. salario. <http://www.rae.es/> (fecha de consulta: 30 enero de 2015).

naturaleza intelectual o manual de las actividades y no tanto por el modo de pago. En esa línea, el diseñador percibe un sueldo por los trabajos intelectuales que desarrolla, aunque en los inicios de la profesión pudo haber recibido salario, debido a las actividades manuales que realizaba.

El salario se paga por hora o por día aunque se liquide semanalmente de ordinario. El sueldo se paga por mes o por quincena. Pero la verdadera diferencia entre ambos conceptos es de índole sociológica: el salario se aplica más bien a trabajos manuales o de taller. El sueldo, a trabajos intelectuales, administrativo, de supervisión o de oficio.⁴²

Por otro lado, la Ley federal del Trabajo de México en el artículo 82 define: “Salario es toda retribución que percibe el hombre a cambio de un servicio que ha prestado con su trabajo.”⁴³ En cuanto a estas retribuciones, en México se aplican diferentes clasificaciones:

- 1.- Por el medio empleado para el pago:
salarios en moneda, salarios en especie, pago mixto.
- 2.- Por su capacidad adquisitiva:
nominal, real.
- 3.- Por su capacidad satisfactoria:
individual, familiar.
- 4.- Por sus límites:
mínimo, legal, general, profesional, contractual, máximo.
- 5.- Por razón de quien lo produce.:
personal, colectivo, de equipo.
- 6.- Por la forma de pago.:
por unidad de tiempo, por unidad de obra.⁴⁴

Puesto que las formas de trabajo del diseñador son varias, el sueldo entra en una u otra de estas clasificaciones, incluso por horas en el caso de la docencia.

42 Díaz, op. cit., p. 57.

43 *Ibid.*, p. 55.

44 *Ibid.*, pp. 59-60.

Para el diseñador es común el trabajo por honorarios. Honorarios (del lat. *honorarius*) son el estipendio o sueldo que se da a alguien por su trabajo en algún arte liberal. Se pueden utilizar indistintamente estos términos, pero, como acaso exista algún grado de segregación en el uso de sueldo, salario y honorario, partiendo del tipo de actividad para su obtención, por ello en todos los casos de aquí en adelante se emplea remuneración y remunerar (del lat. *remunerāre*) como el recompensar o pagar la actividad del diseño en cualquiera de sus formas laborales.

Los salarios no constituyen, por cierto, el único tipo de ingreso personal. En términos estrictamente económicos, el salario es la retribución del trabajo, que a su vez puede definirse como toda actividad humana destinada a satisfacer una demanda económica. (...) también son salario los honorarios del médico y el abogado, los beneficios eclesiásticos, los derechos de autor, los sueldos del presidente o del primer ministro y los ingresos de los agricultores propietarios de la parcela que cultivan.⁴⁵

Las formas que tiene el diseñador para obtener una remuneración son múltiples y determinadas por el campo laboral y de acción. Aparte del ingreso económico, la sola remuneración simboliza distintas cosas para el diseñador: estatus, calidad de vida, comodidad.

Los salarios representan la base del patrón de vida del empleado, de su comodidad, de sus servicios y de las reservas financieras que proporciona para sí y para su familia. El salario percibido determina el estatus del empleado, en su comunidad, el cual es evaluado por su ganancia material más aún, por su tipo de trabajo, el cual algunas veces sólo puede ser conocido por su superior. Dentro de la compañía el salario también puede ser una fuente de

45 Oficina Internacional del trabajo en Ginebra, *Los salarios. Manual de educación obrera*, México, Alfa Omega, 1992, p. 131.

estatus, ya que en comparación con los salarios percibidos por los demás, sirve como medida de importancia relativa que el puesto y el ocupante poseen por su compañía.⁴⁶

Si el diseñador comienza su vida laboral cuando aún se encuentra en formación universitaria, desde ese momento se genera una diferencia con respecto a otros diseñadores, obteniendo conocimientos y experiencia, además de otro aliciente: el dinero.

El dinero es el incentivo crucial para la motivación en el trabajo, es el vehículo por el cual los empleados pueden comprar las cosas que desean, para satisfacer sus necesidades. La gente puede no trabajar únicamente por el dinero, pero si quitamos el dinero ¿Cuántas personas vendrían a trabajar? El pago de un salario en forma regular es absolutamente necesario para satisfacer las necesidades básicas, fisiológicas y de seguridad.⁴⁷

Cuando el diseñador está laborando dentro de una empresa, la remuneración tiene distintos rangos, ya que depende de la experiencia, antigüedad y labores desempeñadas. Asimismo existen diferentes criterios para la fijación de los salarios, como cubrir las necesidades básicas, fisiológicas y de seguridad para él y su familia, lo cual es reconocido en la Organización Internacional del Trabajo.

El salario debería permitir a la familia del trabajador disfrutar de algunos de los placeres que ofrece la vida además de lo que se suele considerar esencial, y tendrían que desaparecer los salarios de mera subsistencia. Las necesidades mismas cambian con los tiempos. A medida que aumenta la prosperidad nacional, bienes y servicios que antes se consideraban suntuarios, o en todo caso no esenciales para el hombre corriente y su familia, adquieren para

46 DÍAZ, op. cit., pp. 57-58.

47 *Ibid.*, p. 70.

la mayoría el carácter de indispensables.⁴⁸

De igual manera, el salario del diseñador ha de satisfacer sus necesidades, desde las básicas, como el alimento, vivienda y vestido, hasta la educación, cultura, entretenimiento y diversión. Cuando se encuentra en formación, existe en algunos casos la posibilidad de no ser él quien pague sus estudios y necesidades si cuenta con el apoyo económico de su familia, y por ello resulte factible dedicarse a la generación de experiencia en el campo laboral, aunque la remuneración sea simbólica.

Para conocer la situación de la remuneración del diseñador, se muestra la comparación del salario promedio mensual en diferentes entidades (**GRÁFICA 9**): para la IMCO⁴⁹ es de \$10,890; para el Observatorio Laboral,⁵⁰ de \$13,379 en el último trimestre de 2014, y de \$10,124 en 2015, mientras que el promedio mensual para profesionistas ocupados es de \$12,658 en el último trimestre de 2014 y \$9,981 para 2015.

SALARIO PROMEDIO MENSUAL



GRÁFICA 9

48 Oficina Internacional del trabajo en Ginebra, *op. cit.*, p. 13.

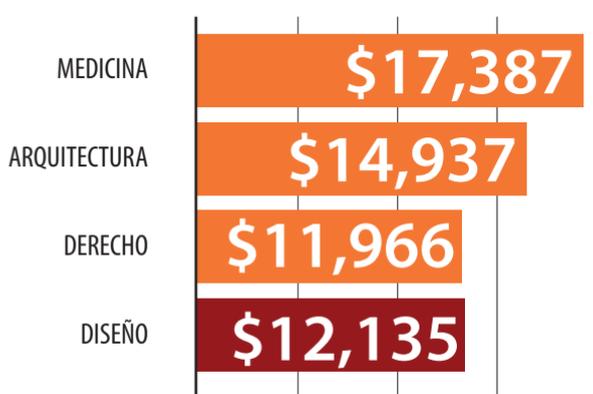
49 El Instituto Mexicano para la Competitividad, un centro de investigación aplicada, independiente, apartidista y sin fines de lucro cuya misión es estudiar los fenómenos económicos y sociales que afectan la competitividad de México en el contexto de una economía globalizada, publicó a principios de abril de 2014 una lista de las 62 profesiones mejor pagadas en México, dentro de la cual la profesión de Diseño y comunicación visual no entra con esa categoría, ni como diseño gráfico, sino catalogada como “Técnicas audiovisuales y producción de medios” y se encuentra en la posición número 33, con un sueldo mensual promedio de \$10,890, por encima del promedio nacional, de \$4, 870 mensuales.

50 <http://www.observatoriolaboral.gob.mx/>. Datos del cuarto trimestre de 2014.

Estos datos muestran que aparentemente el salario del diseñador se encuentra dentro de la media. Se localiza por encima del salario mínimo, aunque no entre los salarios mas altos.

Asimismo, se presentan los salarios de otras disciplinas (**GRÁFICAS 10 y 11**) para tener diversos puntos de referencia, como Derecho, con ingreso promedio mensual de \$11,966; Arquitectura y Urbanismo, \$14,937, y Medicina \$17,387, las profesiones en las primeras posiciones de demanda en la UNAM, en contraste con las áreas de menores ingresos, como Ciencias sociales, \$10,067; Artes, \$9,319, y Educación \$8,799. De acuerdo con los datos recabados, el ingreso del diseñador sigue encontrándose en una zona media, al cotejarlo con las profesiones de ingresos más altos: Finanzas, Banca y Seguros, \$19,929 (2014) y \$23,414 (2015); Minería y Extracción, \$19,838; Servicios de transporte, \$18,760.⁵¹

SALARIOS PROMEDIO

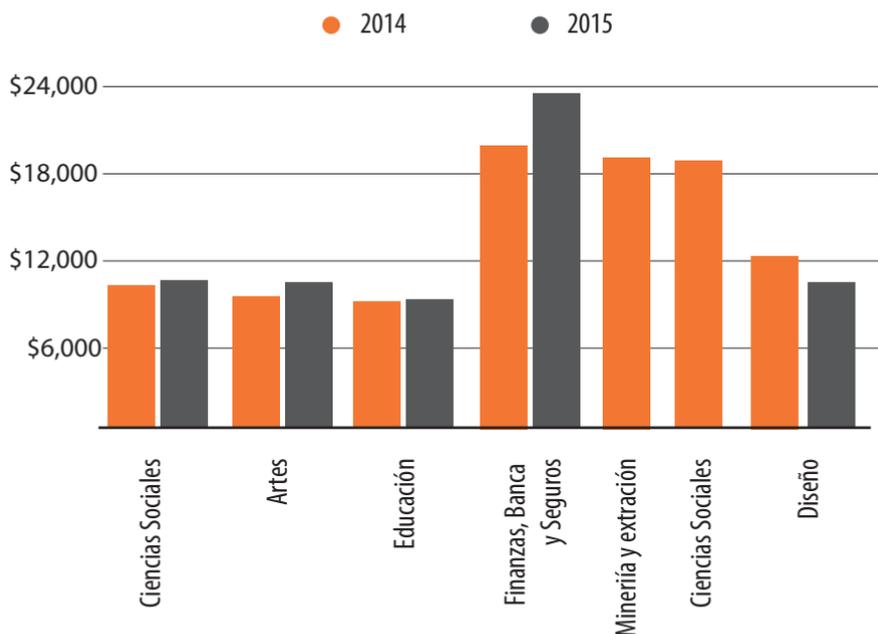


GRÁFICA 10

También se obtuvieron datos sobre la remuneración en cuatro buscadores de empleo, localizando vacantes de diseño dentro de la Ciudad de México⁵² en el primer trimestre de 2015: la remuneración es en promedio de \$10,053; \$5,000, la cantidad más repetida al igual

51 <http://www.observatoriolaboral.gob.mx/>. Datos del cuarto trimestre de 2014.

52 Computrabajo, OCC México, LinkedIn, empleo.gob.mx, durante el primer trimestre de 2015.

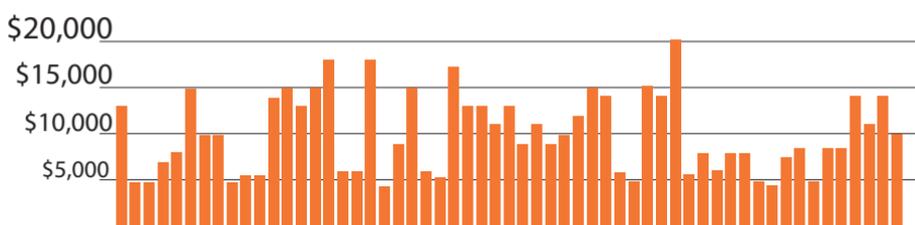


GRÁFICA 11

que \$15,000, seguidas de \$13,000, \$14,000 y \$6,000 en ese orden. Esto deja ver que la cifra promedio de esta búsqueda coincide con la de la IMCO, pero, cuando se observa cada una de las cantidades, el salario puede variar desde los \$4,500 hasta los \$19,000 mensuales, según el puesto que requiera la empresa y la experiencia con que cuente el diseñador (**GRÁFICA 12**).

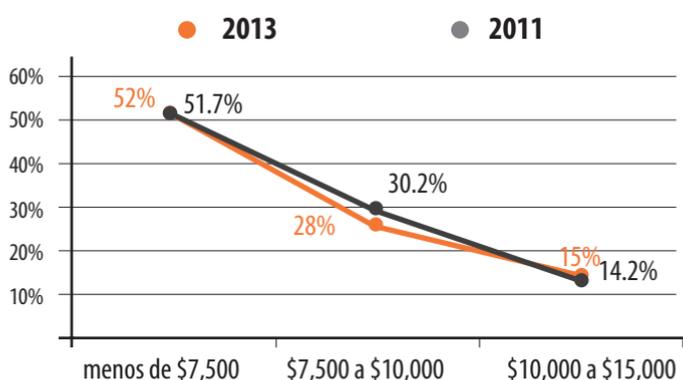
Por otra parte, la revista *a! diseño* publicó datos con respecto al salario en 2011 y 2013. Lo divide por años de experiencia del diseñador (**GRÁFICAS 13 y 14**). El grueso de los diseñadores con experiencia de uno a cinco años tiene un ingreso menor de \$7,500 en

NIVELES DE REMUNERACIÓN EN BUSCADORES DE EMPLEO



GRÁFICA 12

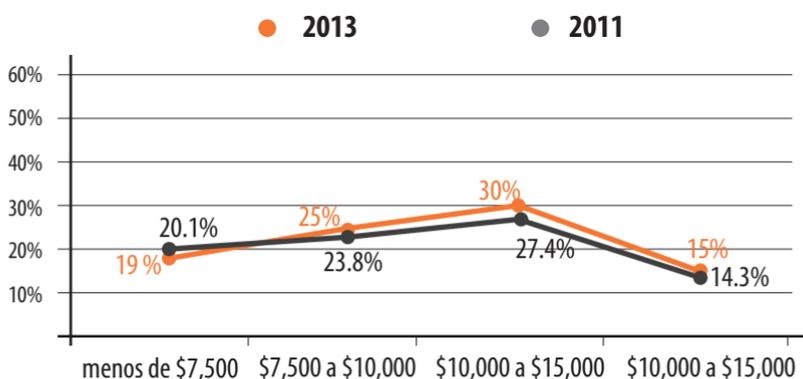
DISEÑADORES CON EXPERIENCIA DE 1 A 5 AÑOS



GRÁFICA 13

ambas encuestas. Aunque el ingreso se encuentre por debajo de los rangos establecidos anteriormente, va aumentando con la experiencia adquirida, como se observa en los diseñadores con experiencia de cinco a siete años, que presentan ingresos más elevados, de manera que es proporcional la remuneración con los años de experiencia comprobable.

DISEÑADORES CON EXPERIENCIA DE 5 A 7 AÑOS



GRÁFICA 14

A pesar de las distintas opiniones de que el diseñador tiene baja remuneración, cotejada con la canasta alimentaria,⁵³ la línea de bienestar (valor monetario de una canasta de alimentos, bienes y servicios básicos) y la línea de bienestar mínimo (valor monetario de una canasta alimentaria básica)⁵⁴ (TABLA 1), la retribución del diseñador se encuentra por encima de ellas si se toma como base un salario de \$7,500 y vive solo. En cambio, si cuenta con ese mismo salario y vive con otra persona sin algún ingreso, su línea de bienestar aumenta, dejando un porcentaje menor del 20% de su salario para cultura, desarrollo y diversión.

El incremento de las líneas de bienestar depende de los precios en la canasta básica y la inflación anual además de otros factores; es notorio su incremento actual y se necesita un ajuste en el salario del diseñador. Aun si se reduce el porcentaje para otras necesidades, el diseñador se encuentra catalogado dentro de la sociedad como no pobre y no vulnerable.⁵⁵

VALOR MENSUAL POR	CANASTA URBANA	LINEA DE BIENESTAR
enero-2015	\$1,276.00	\$2,611.00
agosto-2012	\$1,125.00	\$2,328.00
agosto-2000	\$565.00	\$1,305.00

TABLA 1

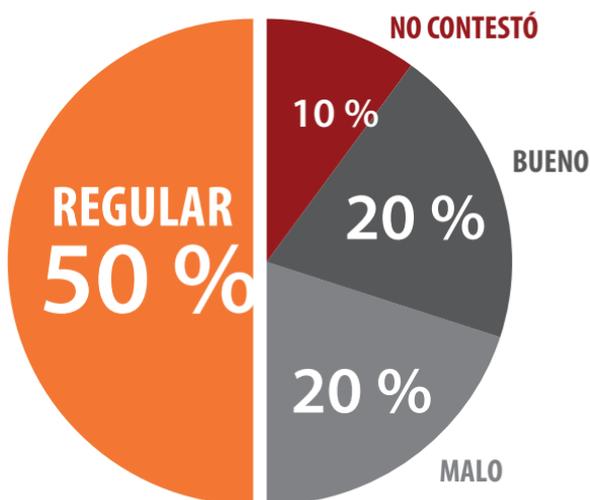
También se realizaron encuestas a diseñadores egresados de la ENAP, generación 2007-2011, para tener datos de una comunidad cercana con información fidedigna de diseñadores que se encuentran trabajando en diversas áreas del diseño (GRÁFICA 15). Con respecto

53 Conjunto de alimentos cuyo valor sirve para construir la línea de bienestar mínimo. Se determinan de acuerdo con el patrón de consumo de un grupo de personas que satisfacen con ellos sus requerimientos de energía y nutrientes. <http://www.coneval.gob.mx/Medicion/Paginas/Glosario.aspx>.

54 <http://www.coneval.gob.mx/Medicion/Paginas/Glosario.aspx>.

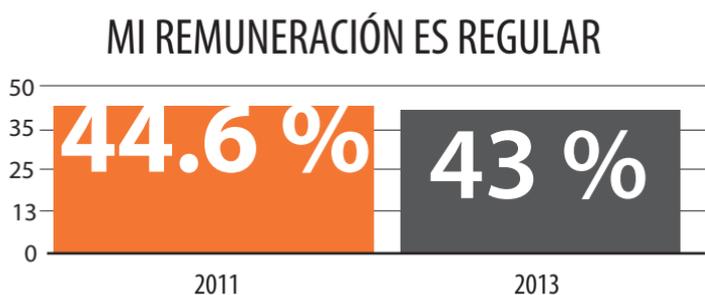
55 No pobres y no vulnerables: aquella población cuyo ingreso es superior a la línea de bienestar y que no tiene ninguna de las carencias sociales que se utilizan en la medición de la pobreza. <http://www.coneval.gob.mx/Medicion/Paginas/Glosario.aspx>.

MI REMUNERACIÓN ES:



GRÁFICA 15

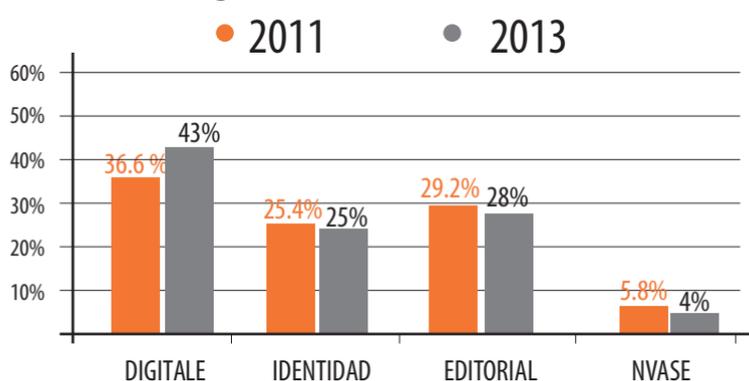
al sueldo se plantearon preguntas sobre la percepción de su salario (sin ahondar en la cifra): el 50% afirma que su sueldo es regular; el 20%, malo; el 20%, bueno, y el 10% no contesta. Conforme a las encuestas realizadas por la revista *a! diseño*, el 44.6% manifiesta tener un sueldo regular en 2011 y el 43% en 2013 (GRÁFICA 16).



GRÁFICA 16

En general, el diseñador expresa tener una remuneración aceptable por sus servicios, además de poder acceder a otros ingresos desarrollando proyectos de manera independiente.

Por otro lado, las áreas de aplicación del diseñador resultan de la tendencia de la sociedad y las instituciones de educación las adaptan a sus planes de estudio. En 2011 el grueso de los diseñadores se dedicaba al área digital (38.6%), seguida por editorial (29.2%), identidad (25.4%), y, al final, envase (5.8%). Para 2013 la situación era similar: digital (43%), identidad (28%), editorial (25%) y envase (4%) (**GRÁFICA 17**). La mayoría desempeña sus servicios en empresas privadas, los demás de manera independiente y, un bajo porcentaje, en el sector del gobierno.⁵⁶



GRÁFICA 17

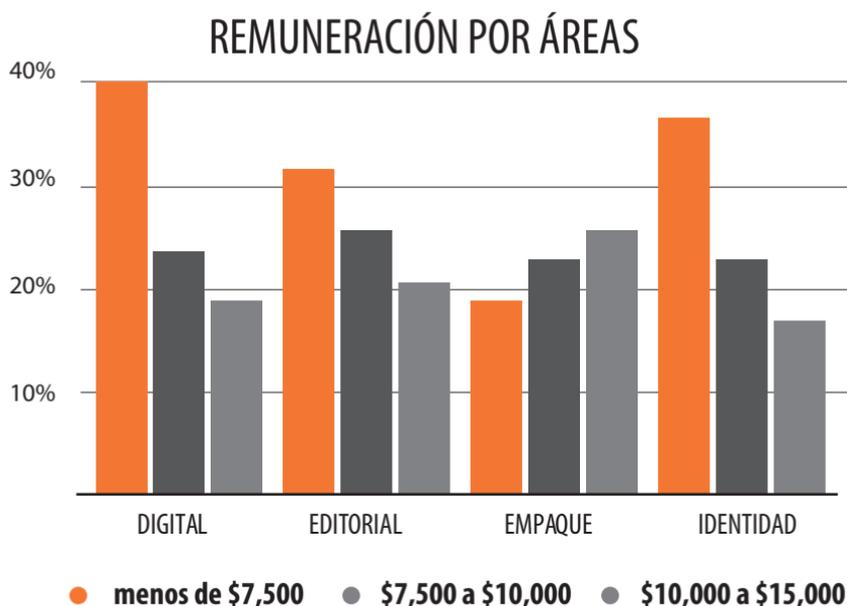
La proporción de diseñadores que se dedican al área de servicios educativos es más baja y en el caso del comercio al por menor, inferior al 10%.

En una economía en expansión existe, como vemos, una tendencia natural a que los salarios correspondientes a una misma profesión o a profesiones que requieren calificaciones análogas se pongan al nivel de los que perciben los trabajadores mejor remunerados del sector. Pero cuando el desempleo es persistente se produce el fenómeno contrario: los salarios tienden a caer al nivel más bajo.⁵⁷

56 Datos recabados de las encuestas de la revista *a! diseño* del 2011 y 2013.

57 Oficina Internacional del trabajo en Ginebra, *op. cit.*, p. 20.

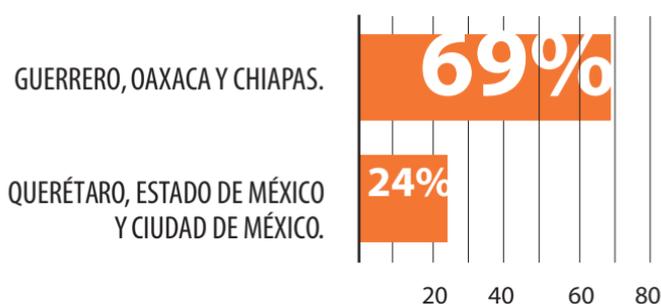
Dentro del área digital, predomina un mayor número de diseñadores en comparación con las otras tres, lo que se refleja en la remuneración, pues el porcentaje de los diseñadores dedicados al área digital con un sueldo menor de \$7,500 es mayor (GRÁFICA 18).



GRÁFICA 18

La zona geográfica donde se desenvuelve el diseñador también determina el salario; así en los estados de Querétaro, Estado de México y Distrito Federal, el 24% gana menos de \$7,500. En estas zonas el diseñador tiene acceso a remuneraciones un poco más altas que en otros estados como Guerrero, Oaxaca y Chiapas, donde el 69% gana menos de esa cifra⁵⁸ (GRÁFICA 19).

INGRESO MENOR A \$7,500



GRÁFICA 19

⁵⁸ Según la Encuesta Nacional de Salarios de Diseñadores Gráficos en México 2011 de la revista *a! diseño*.

La principal razón a la que responden las oportunidades de empleo en condiciones salariales en las diferentes regiones del país no es el nivel medio de educación, sino el crecimiento del PIB que registra cada entidad. De ahí que por ejemplo, estados como Nuevo León, Baja California y Chihuahua ofrezcan mejores oportunidades de empleo y salarios que el Distrito Federal, a pesar de que la capital del país tiene índices más altos en educación.⁵⁹

El tema de la remuneración del diseñador y sus condiciones laborales es primordial, pero resultan exiguos los datos que él tiene sobre el tema. Además, Goldfarb hace notar la percepción de que las negociaciones salariales son un proceso desagradable que en gran medida debe evitarse y con ello ven reducida su capacidad de aumentar los ingresos. “El aspecto de la ignorancia financiera general desempeña un papel importante en este proceso porque muchos diseñadores simplemente desconocen cuánto valen en el mercado o cuánto puede pagar el mercado.”⁶⁰ Durante esta investigación, se observa que durante la formación existe desconocimiento sobre cómo cobrar los distintos servicios, ya trabajando de manera independiente, ya percibiendo salario en una empresa privada, ONG o el gobierno.

Los escasos ingresos nacionales, el modesto nivel de vida y los salarios bajos que caracterizan a los países en desarrollo tienen por principales causas las siguientes: crecimiento demográfico más rápido que el crecimiento de la producción; recursos humanos naturales insuficientemente utilizados; nivel de productividad demasiado bajo; desarrollo frenado por la escasez de técnicos, de medios de educación, de mano de obra calificada y de formación profesional;

59 Fernando Solana, *op. cit.*, p. 65.

60 Roz Goldfarb, *Carreras para diseñadores. Guía de negocios para diseñadores gráficos*, España, Divine Egg, 2001, p. 242.

inversiones insuficientes; sector industrial muy poco desarrollado en comparación con el sector agrícola.⁶¹

Como resultado de la información sobre la remuneración del diseñador, se encuentra que los años de experiencia influyen de manera directa; por ello es importante dirigir la atención a este aspecto, ya que en 2014 la población de diseñadores aún en formación que se encontraba laborando era muy poca. Además, se encuentra que en general los diseñadores tienen un nivel de satisfacción alto por los proyectos que realizan, lo cual equilibra la remuneración.

61 Oficina Internacional del trabajo en Ginebra, *op. cit.*, p. 153.

Capítulo III

LA INSERCIÓN DEL DISEÑADOR AL CAMPO LABORAL

A large, solid orange geometric shape occupies the bottom-left portion of the page. It consists of a vertical line on the left, a horizontal line at the top, and a diagonal line extending from the top-right corner of the horizontal line down to the bottom-right corner of the page.



3.1 Análisis general sobre la formación del diseñador.

3.1

La formación del diseñador contempla una serie de aspectos (el conocimiento y dominio de conceptos, elementos, procesos, factores) brindados por las instituciones y requeridos por los empleadores y la sociedad. Se ha de considerar que dentro de la universidad no se completa la formación, ya que también se necesita un proceso auto-crítico por parte del individuo sobre su estado emocional, nivel de confianza y autoconcepto, junto con la experiencia adquirible en la práctica y las relaciones con su entorno.

En muchos centros de enseñanza de diseño contemporáneo, todavía se encuentra una tendencia tradicional hacia la formación como entrenamiento: cómo manejar herramientas, máquinas, equipos o cómo adquirir habilidades de programas. En muchos lugares, un curso de diseño no tiene la misma importancia que otras carreras; resulta más fácil estudiar diseño que, por ejemplo física o medicina. Las escuelas de diseño no parecen demandar el mismo rigor intelectual. Las metodologías relevantes para el diseño deberían ser desarrolladas y la investigación necesita ser introducida en el campo de la enseñanza.¹

Los distintos aprendizajes del diseñador en formación son de utilidad en su vida laboral; por ello tiene que poner atención en la generación de conocimiento significativo, pues al culminar el plan de estudios no concluye la formación; de hecho se inicia una etapa de nuevos conocimientos y experiencias, además de otras opciones de formación.

¹ Fernández, *op. cit.*, p. 304.

El estudiante va a la universidad a desarrollarse como un ser humano completo, a entender cómo puede darle mejor sentido a su existencia, es decir, a saber enfrentar la accidentalidad de la existencia humana. No se trata solamente de llegar a ser un “buen profesional”. El ser humano apartado de la naturaleza, dotado de razón e imaginación, necesita formarse y, al hacerlo, lograr un concepto de sí mismo que le permita decir y sentir “yo soy yo”; un futuro egresado sabe tomar decisiones, que tiene conciencia de sí mismo y de su prójimo como personas diferentes, y que es capaz de sentirse a sí mismo como sujeto de sus acciones.²

El joven estudiante al entrar a la licenciatura se encuentra con un universo totalmente desconocido porque no todos cuentan con orientación vocacional y, en caso de recibirla, no siempre es entendida por él, y de ahí que su conocimiento de la profesión sea confuso, aunque tenga una razón de estar en esa universidad y haya elegido la carrera que va a comenzar y a la cual se va a dedicar. Los motivos pueden ser diversos, desde la cercanía al lugar, contar con una habilidad manual, gusto por las artes, orientación de algún amigo o familiar directo, entre otros, pero, cualquiera sea la razón, se adquiere un compromiso personal, con la sociedad y con la universidad.

En ese sentido, los antecedentes académicos de la actividad muestran el porqué de los cambios que ha atravesado la profesión, la cual se encuentra supeditada a la economía, a las necesidades de las empresas y de la sociedad. El diseñador se adapta a los cambios de las estructuras laborales en éstas y al rol que desempeña dentro de ellas, con lo cual halla un nuevo lugar, realizando actividades diferentes a las de sus antecesores. Así el diseñador resiste el paso del tiempo y encuentra nuevas formas laborales.

2 Porter, *op. cit.*, p. 138.

Además, algunos de los diseñadores que laboran han mencionado que iniciaron su vida laboral cuando aún se encontraban en formación universitaria; por ello se realiza un análisis de tipo descriptivo de las variables: sustento, empleo, tipos de empleo, tiempo dedicado al empleo durante la formación; las encuestas se aplicaron durante 2014 a un universo de 100 estudiantes de 7º semestre de la FAD-UNAM, con el objetivo de conocer el porcentaje de estudiantes que se dedican de tiempo completo a sus estudios (cuentan con el apoyo económico de su familia) para saber si es un factor que influye en el temprano acercamiento al campo laboral.

El 68% no trabaja; el 15%, sí, en su totalidad mujeres, desde 2 hasta 29 horas por semana en diversas actividades que en su mayoría no se relacionan con el diseño.

Son pocos los diseñadores en formación inmersos en el campo laboral desde esa etapa; de ese universo, el 25% se localiza en despachos de diseño como empleados o becarios o trabaja como diseñador independiente y el 75% restante en cualquier otra área no relacionada con la profesión. La muestra revela que sólo un pequeño sector de la población de la FAD se encuentra laborando y uno aun menor en áreas pertenecientes al diseño.

Para el 79.4% de los encuestados, la principal fuente de sustento proviene de sus padres, aunque para el 2.6%, de familiares cercanos, como abuelos o tíos. Es posible que en algunos casos el diseñador se halle en un ambiente de confort, pues cuenta con el apoyo económico de sus padres y por ello no busca opciones laborales.

Cuando se inicia un acercamiento al campo laboral, acaso se produzca un estado de incertidumbre en el diseñador porque se hacen presentes distintas inseguridades relacionadas con su autoconcepto y sus habilidades, conocimientos particulares de los procesos y desarrollo de proyectos de diseño, pero disminuyen con las diversas aproximaciones al medio.

Asimismo existe el caso del diseñador en formación ávido por aprender, que reconoce sus fortalezas y debilidades, está en la búsqueda de información para ingresar al campo laboral, quiere crecer y tener mayor conocimiento de la profesión. El ampliar las redes de contactos también es prioridad al igual que aclarar diversas dudas con respecto al campo laboral, lo cual manifiesta la existencia de mitos e información ambigua en relación con el tema. Quiere aprender a cobrar correctamente a fin de comenzar su actividad laboral y conocer las responsabilidades de tener una empresa independiente.³ Tales respuestas manifiestan un gran interés por la profesión; lo que prosigue es que esos diseñadores realicen las actividades necesarias para ello, incrementando así su capital humano.

Desde el punto de vista de la teoría del capital humano, el conocimiento y el desarrollo de habilidades que el diseñador adquiere durante la formación universitaria, sumados a su formación personal y a la experiencia laboral, influyen en la inserción al campo de trabajo, pero, como se ha observado, pocos los diseñadores en formación laboran, lo que puede ocasionar diferencias en las oportunidades al insertarse en el mercado con respecto a aquellos que no trabajan.

Es cierto que el diseñador no puede controlar todos los elementos que influyen en su inserción al campo laboral, pero sí modificar aquellos susceptibles de mejoramiento, como en el caso de los formativos. “Un buen diseñador es aquel que tiene buenas ideas... un mejor diseñador es aquel que está dispuesto a cambiar de ideas.”⁴ El contar con un acercamiento al medio es una forma de poner en práctica los conocimientos obtenidos durante la formación y de conocer las diferencias entre los ideales de trabajo y el trabajo realmente existente; además, obtiene así información de otros diseñadores

3 Datos recolectados de una serie de encuestas realizadas en el taller intersemestral *Cómo vender diseño gráfico*, impartido por el Maestro Iván Silva Díaz en la Facultad de Artes y Diseño (2015).

4 Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México, *Diseño mexicano, industrial y gráfico*, Grupo Editorial Iberoamericana, 1991, p. 11.

y, por consiguiente, una perspectiva más amplia de los diversos lugares en los que puede trabajar.

Las decisiones que tome el diseñador en torno a su formación y su experiencia laboral determinan el rumbo de las situaciones laborales, ya que, si se quiere que existan menos “levanta-pedidos de diseño y computólogos que diseñadores en el mercado”,⁵ se ha de evitar caer en una conducta pasiva y se ha de demostrar las capacidades tecnológicas, operativas, comunicativas, de toma de decisión, sociales y centrales por parte del diseñador. En síntesis, hay que demostrar seguridad, compromiso, capacidades, habilidades y actitudes, pues cada individuo es capaz de orientarlas y potencializarlas hacia un fin deseado; la diversidad del ejercicio del diseño es amplia: gestión, coordinación, desarrollo o aplicación; en cada una de ellas se precisan posiciones y destrezas concretas; los diseñadores son capaces de identificar en cuál de ellas se puede tener un mejor desarrollo.

5 Cuevas, *op. cit.*, p. 3.



3.2 Sobre la inserción del diseñador al medio laboral.

3.2

El diseño se encuentra presente en la sociedad en diversas áreas de desarrollo económico o de la vida social y además es responsable de movilización de productividad y difusión de la cultura. Posee un lugar notable en el sector social y la economía; por ello es necesario que el diseñador interactúe conscientemente con la sociedad circundante a fin de iniciar su inserción en el campo laboral.

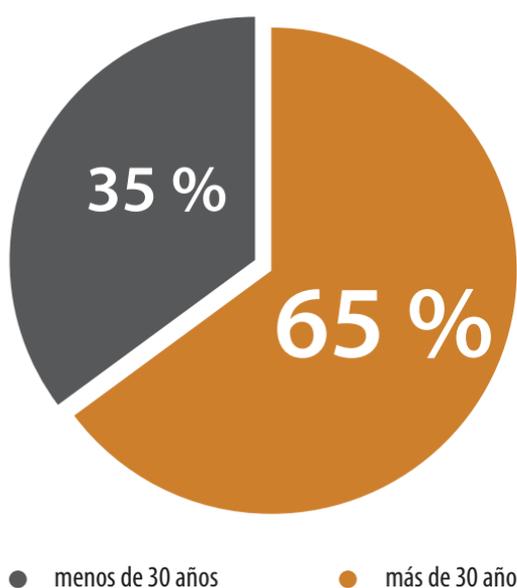
El diseño de comunicación visual es ciencia social, arte, tecnología y oficio. Es ciencia social porque siempre está dirigido a la gente y la psicología, la sociología y la antropología tienen mucho que ofrecer a la concepción de comunicaciones eficaces. Es arte porque trabaja con formas y requiere conocimiento y sensibilidad hacia los lenguajes visuales de diferentes lugares y de su gente. Y es oficio porque las tecnologías utilizadas requieren un conocimiento íntimo para que rindan al mejor nivel. El diseño de comunicación visual es una disciplina intelectual, social, estética y práctica, que compromete consecuentemente muchos niveles de la capacidad humana: poder de análisis, flexibilidad mental, claridad de juicio, refinamiento visual, conocimiento técnico, destreza manual, sensibilidad cultural y responsabilidad ética. La importancia de la contribución que el diseño de comunicación visual puede hacer a la sociedad está sólo limitada por la calidad de los diseñadores.⁶

6 Frascara, *op. cit.*, p. 167.

Cuando el diseñador en formación pretende insertarse en el mercado laboral, se enfrenta a diversas situaciones; por ejemplo, los empleadores en ocasiones demandan experiencia comprobable y complejos e incongruentes requisitos en espera de un *superdiseñador* que posea habilidades manuales, amplio conocimiento en el manejo de software, con buena actitud y disponibilidad de horario, poca edad, muchos años de experiencia además de no aspirar a un sueldo muy alto. A lo anterior se le suma la competencia con otros diseñadores para obtener un puesto de trabajo, el desamparo social que tiene la profesión, la economía nacional y la condición emocional del diseñador.

Los datos estadísticos nominales y ordinales de las variables de edad de los diseñadores en el medio laboral publicados por el IMCO durante 2014 (**GRÁFICA 20**) muestran que el 35% de los que se encontraban trabajando tenía menos de 30 años y el 65% más de 30,⁷ en distintos puestos; así los jóvenes en formación cercanos al egreso disponen de pocos espacios para integrarse al mercado de trabajo.

EDADES DE DISEÑADORES EN EL MEDIO



GRÁFICA 20

7 <http://imco.org.mx/comparacarreras/#/carrera/213> (consultado: 08/04/2014).

Otras dos referencias de edades son la requerida por los empleadores, desde los 24 hasta los 32 años, y la muestra obtenida en la FAD durante 2014, donde la edad predominante era 21 años con un 54.2%, le sigue 22 años con un 20.4% y 23 años con un 10.8%, lo cual supone que la mayoría concluye su formación con más de 23 años, siempre y cuando concluya sus estudios en tiempo y forma.

Los diseñadores menores de treinta años ocupan más de una cuarta parte del sector laboral, generan experiencia y amplían nuevas áreas de desarrollo no tan exploradas. Las edades solicitadas por los buscadores de empleo concuerdan con las de egreso de la FAD, aunque no cumplen con la experiencia laboral.

Con respecto a la experiencia laboral, el empleador solicita varios parámetros y de eso dependen los diversos puestos y rangos en las dinámicas de trabajo del diseñador. En ocasiones las oportunidades otorgadas para generar esa experiencia surgen a cambio de una remuneración baja o con jornadas extenuantes.

Se debe agregar que el universo laboral no siempre es igual para todos y se presentan experiencias escindidas. Por un lado, se el diseñador a quien le dan una oportunidad laboral a pesar de carecer de experiencia comprobable y con ello eleva su nivel de confianza y puede acceder a otro nivel, ya de jerarquía, ya de salario a mediano plazo. Por otro, el diseñador que comienza con proyectos de trabajo de manera independiente desde su formación, iniciando una cartera de clientes, la cual al término de la universidad ha crecido de manera tal que (puede decirse) cuenta con una micro-empresa.

También existen casos en los que el diseñador no es contratado de manera tan inmediata generando desconfianza en sí mismo y en sus habilidades, y entonces se comienza a cuestionar su lugar en el mundo del diseño. De igual modo, está el diseñador que comienza con trabajos independientes, pero a quien no le han pagado al final, pues no se realizaron las

distintas fases del proceso, como generar un contrato por escrito y firmado por ambas partes, elaborar acuses de recibo en cada revisión, entre otros. Éstas no son las únicas experiencias, pero sí las más comunes en el mundo laboral del diseño.

Salta a la vista que ni el aparato educativo en la capital tiene la capacidad para retener y formar una gran cantidad de jóvenes, ni el mercado laboral es capaz de absorber a todos aquellos que, en diferentes fases de su educación, van solicitando plazas de trabajo. Actualmente se encuentran trabajando 37% de los jóvenes que cuentan con estudios de nivel primario, 38% de los que tienen secundaria, 48% de los que cursaron preparatoria y 61% de los que culminaron la licenciatura o el posgrado.⁸

Los porcentajes anteriores presentan los niveles de empleo de años atrás y muestran lo que sucede en el campo laboral; a pesar de las situaciones descritas, el diseñador tiene opciones en los distintos medios y sectores profesionales para elegir el trabajo que se adecue a su perfil y necesidades, tal es el caso de las generaciones actuales de tipógrafos, diseñadores de medios digitales o videojuegos; desarrolladores de *apps* o realidad aumentada; administradores de redes sociales; diseño amigable con el ambiente y bajo demanda, entre otros. No se pretende que el diseñador se oriente a esas áreas en su momento sectores sin demasiada atención, que con el paso de las generaciones comenzaron a crecer y ahora son fructíferas, sino que se observen las actividades presentes con el fin de advertir esos nichos de oportunidad no muy notorios actualmente.

El hecho es que no existe precisamente un solo mercado de trabajo, sino un número de mercados laborales, que están bastante separados unos de otros por las barreras económicas, los prejuicios sociales y el snobismo [*sic*].⁹

8 Cordera, *op. cit.*, p. 22.

9 Kwroths Child, *Teoría de los salarios*, Madrid, Aguilar, 1957, p. 109.

También se observa que a veces el diseñador prefiere ciertas áreas de moda en su formación o en el ejercicio profesional, aunque no correspondan con las vacantes del campo laboral ni con las demandas del mercado, lo que causa una sobrepoblación perdurable en algunos campos, como el de web, multimedia o editorial, provocando que el sueldo en esas áreas sea menor a diferencia de otros con menor población, como envase, en los cuales el sueldo es mayor, ya que existen pocos diseñadores que realicen ese tipo de labores.

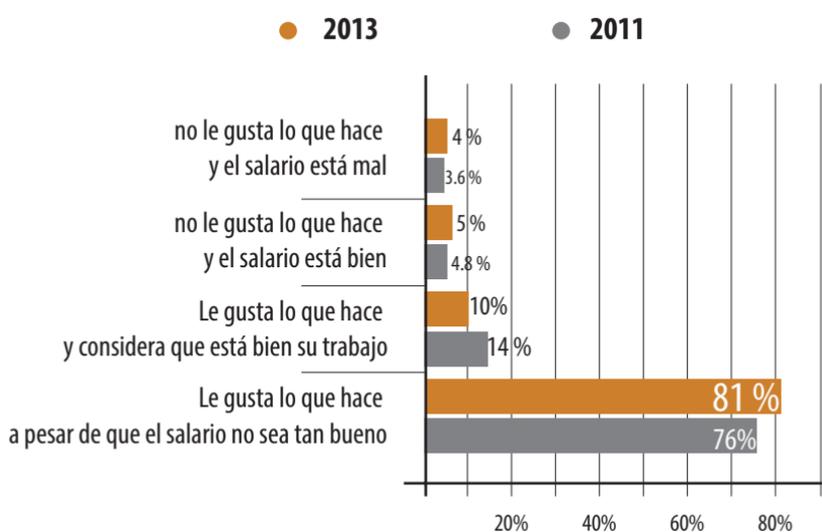
La formación del diseñador es un elemento a considerar en la remuneración, junto con la experiencia, habilidades y destrezas, si bien en ocasiones se presenta otro fenómeno conocido como sobreeducación. Cuando un diseñador está preparado con respecto a los requerimientos del empleador, obtiene una remuneración acorde al trabajo que realiza según sus conocimientos, pero, cuando rebasa el nivel de conocimientos requeridos, la remuneración podría no ser congruente con sus habilidades. Entonces el diseñador tiene que buscar otro empleador que le otorgue una remuneración acorde a sus conocimientos y en ese caso puede o no encontrarlo.

Por otro lado, el diseño se encuentra entre las diez profesiones con mayor índice de informalidad de acuerdo con la IMCO en 2016, junto con música, artes escénicas, veterinaria, bellas artes, comunicación y periodismo, lo que puede deberse a la viabilidad para iniciar una empresa con la figura fiscal de servicios profesionales, con la responsabilidad de darse de alta ante la Secretaría de Administración Tributaria como persona física que realiza actividades profesionales; no todos lo llevan a cabo y prestan sus servicios de manera que no expiden facturas ni pagan impuestos, lo que incrementa el nivel de informalidad en el momento de prestar sus servicios. De ahí que en el diseño se generen fenómenos opuestos; para el SAT el índice de informalidad de la profesión se halle entre las primeras posiciones en contraste con su nivel de

ocupación, ubicada en la media, en el lugar número 49 de 66 profesiones durante el cuarto trimestre del 2015 según el Observatorio Laboral.

Otro dato relevante de la serie de encuestas publicadas por la revista *a! diseño* es el nivel de satisfacción del diseñador sobre su empleo y su salario: el 14% de los encuestados en 2011 y el 10% en 2013 dice gustarle lo que hace y considera que *está bien su salario*; en 2011 el 76% y en 2013 el 81% considera que *le gusta lo que hace a pesar de que el salario no sea tan bueno* en contraste con el 3.6% (2011) y el 4% (2013) que *no le gusta lo que hace y el salario está mal*; sólo el 4.8% (2011) y el 5% (2013) que *no le gusta lo que hace y el salario está bien*; sólo el 4.8% (2011) y el 5% (2013) menciona que *no le gusta lo que hace y que al salario está mal* (GRÁFICA 21).

NIVELES DE SATISFACCIÓN



GRÁFICA 21

El grueso de la población de diseñadores se encuentra satisfecho con el desempeño de su profesión, sin importar que el salario no sea tan bueno; ello se ve reflejado en la siguiente frase: “*hay que exaltar los valores del ser, no del tener.*”¹⁰ Lo dicho hasta aquí supone que el diseñador atribuye diferentes criterios de valor al salario, a la exposición y distribución de lo diseñado por

10 Eduardo del Río García, *El fracaso de la educación en México*, México, Random House Mondadori, 2004, p. 74.

él. Ver plasmado lo que ha desarrollado es significativo y genera satisfacción personal, además de importarle que la actividad resulte de su agrado.

Los diseñadores se quejan a veces de las largas horas de trabajo y de lo mal pagado que está su trabajo, pero en la mayor parte constituyen un grupo satisfecho y comprometido porque pueden ver un resultado tangible de su trabajo.¹¹

En general el nivel de satisfacción del diseñador es positivo, pues esas mismas encuestas revelan que la mayoría de los diseñadores que ejerce esta profesión volvería a estudiarla si tuviera una segunda oportunidad, aunque también casi un 20% preferiría estudiar otra carrera, pero los motivos de este último porcentaje no se especifican en la encuesta, lo cual da lugar a la especulación sobre sus razones. Se debe agregar que la información de los cuestionarios que se realizan a egresados de la ENAP (ahora FAD) concuerdan con los altos niveles de satisfacción, lo que puede reflejar el nivel de preparación y capacidad de inserción en el campo laboral de esta profesión.

Asimismo el diseñador valora los elementos básicos al momento de tomar una decisión sobre el lugar para laborar: trabajo a desempeñar, remuneración, lugar, ubicación, horario, compañeros, prestaciones. Como se ha visto, el diseñador tiene varias opciones para emplearse, bien como diseñador independiente o bien incorporado a una empresa privada; lo importante es que el diseñador conozca sus opciones y elija la que sea acorde con sus necesidades y capacidades.

El diseño gráfico en México ha formado parte de la historia del país, pero han pasado cuatro décadas desde que fue instituido como una disciplina académica superior, y transcurrieron menos de tres para que fuera social y laboralmente reconocido como una actividad específica capaz de abrir espacios de ejercicio profesional definido. A pesar de ello, no se ha

11 Goldfarb, *op. cit.*, p. 26.

logrado aglutinar al gremio de manera tal que cuente con un sustento interdisciplinario que le permita, desde la comprensión de sus excedentes de sentido, definir los límites de su valor sociocultural y político.¹²

Hoy día el diseño se encuentra socialmente reconocido, aunque en limitada medida, pues la sociedad tiene diversas ideas y conceptos de lo que cree que es ser diseñador dependientes de su experiencia particular con el diseño o con diseñadores; ciertamente conviven con productos de diseño, pero no tienen el conocimiento de que fueron pensados y producidos por un diseñador.

Por otra parte, después de realizar una serie de cuestionarios y entrevistas a diversos diseñadores inmersos en el medio laboral, coinciden en algunas de las situaciones antes mencionadas y a partir de ello esbozan una serie de recomendaciones que consideran útiles al momento de que el diseñador entre en contacto con el campo laboral.

Exponen que el diseñador salga a conocer qué es lo que está sucediendo en cuestiones laborales, que visite estudios, despachos, agencias, empresas, para así entender las condiciones en las que deberá trabajar; conocer gente para generar conexiones y ser cordial.

Algunos otros autores concuerdan en que el diseñador tiene opciones y oportunidades al momento de insertarse en el campo laboral; por ejemplo, André Ricard plantea lo siguiente:

Como suelo decir, veo tres salidas, cada una con sus ventajas e inconvenientes. La primera y la que más gusta escuchar, es la de montar tu propio estudio de un modo muy somero y esperar que venga un cliente. (...) La ventaja que tiene esta vía es que te permite ejercer la profesión a tiempo parcial. Es decir que mientras no tengas mucha actividad, te es posible trabajar

12 Vilchis, *op. cit.*, p. 393.

media jornada en alguna firma, aunque nada tenga que ver con el diseño. (...) La segunda vía sería entrar en un estudio existente como colaborador. Si bien tiene el inconveniente de que no serás tú quien diseñe, tendrás la ventaja de que irás allí complementando tu formación viendo cómo funciona un estudio profesional y cómo es la relación con los clientes. (...) La tercera y última salida sería formar parte, o crear incluso, un equipo interno de diseño para los productos de una empresa.¹³

La mayoría de las recomendaciones surge a partir de la experiencia personal, de las carencias y problemas que viven al insertarse en el campo laboral. “La experiencia y algunos tropezones nos ayudarán a detectar aquellos vínculos que no nos convienen. La sincera autocrítica nos ayudará a determinar cuándo somos nosotros los insufribles.”¹⁴ Recomiendan:

- >no esperar a terminar la formación para entrar al campo laboral, para generar una interacción con el medio y desarrollarse como diseñador
- >leer y aprender sobre temas tanto de diseño como de administración, negociación, recursos humanos y derechos de autor.
- >tener nociones de finanzas tanto personales como profesionales.

Estas observaciones son puntuales y se enfocan en la falta de conocimientos específicos, que se pueden trabajar de manera directa. Que el diseñador se inserte en el campo laboral conlleva una serie de situaciones: conocer sus *factores cognoscitivos, emocionales y carencias individuales*, tener claridad en su método de trabajo (una manera común en la que trabaja el diseñador es probar, evaluar y perfeccionar, un método simple con el cual está familiarizado; se busca que el diseñador sea consciente de que lo realiza) y tomar en cuenta el entorno y la experiencia que pueda obtener.

13 Ricard, *op. cit.*, pp. 91-92.

14 Rodolfo Fuentes, *La práctica del diseño gráfico. Una metodología creativa*, p. 143.



3.3 Reflexiones sobre la formación del diseñador y su inserción al campo laboral

3.3

Como se ha visto, es posible que el diseñador transite por algunas etapas emocionales durante su formación: la elección de la carrera, el enamoramiento y en ocasiones el desencanto o la reafirmación de haber hecho una correcta elección.

Después se encuentra con fenómenos relacionados con la formación universitaria, como el darse cuenta de la falta de valoración de la profesión por parte de la sociedad, el encontrarse en una zona de confort durante esta etapa dejando de lado la actividad laboral, el consolidar la elección de carrera al ver plasmados sus diseños teniendo con ello una satisfacción personal, entre otros. Al concluir la formación universitaria, el diseñador busca integrarse al campo laboral con resultados diversos, aunque no todos esperan a llegar al final de ella para buscar empleo en áreas de diseño, afines o no a sus preferencias, lo que le puede proporcionar mayor certeza sobre sus conocimientos y seguridad personal.

Ante estas situaciones, que el diseñador cuente con fundamentos¹⁵ suficientes para su inserción en el campo laboral se vuelve un tema relevante en el momento que las instituciones elaboran sus planes y programas de estudio. La Facultad de Artes y Diseño de la UNAM plantea cuatro tipos de perfiles dependientes de la etapa de formación: ingreso, intermedio, egreso y profesional (ANEXO C), los cuales muestran las características que se esperan en un diseñador durante su formación, subdivididos en: conocimientos, habilidades y actitudes, reflejados en los elementos esperados en cada etapa.

15 Tomando como base la definición que hace la Real Academia Española de fundamento (del lat. *fundamentum*) como el principio y cimiento en que estriba y sobre el que se apoya alguna cosa; también como la seriedad y formalidad de una persona; además del principio, raíz y origen en que estriba y tiene su mayor fuerza algo no material.

perfil de ingreso

perfil de intermedio

perfil de egreso

apreciar la cultura general

teóricos-conceptuales de los medios y recursos de la práctica del diseño para comprender y aplicar los principios del lenguaje visual u gráfico.

Organizar y relacionar los conocimientos teórico-conceptuales en procesos disciplinares e interdisciplinares de investigación-producción, para crear, proponer y producir soluciones de diseño y comunicación visual en diversos soportes dirigidos a los sectores de la sociedad.

conocer las manifestaciones artísticas y culturales.

Teóricos y prácticos fundamentales de los procesos disciplinares para proponer el desarrollo de proyectos.

Analizar objetiva y críticamente los procesos de evolución y transformación del diseño y la comunicación visual, con base en los conocimientos teórico-conceptuales, históricos y técnicos para crear y producir soluciones funcionales en este campo.

demostrar capacidad perceptual, psicomotriz y de configuración espacial.

Presentar sus ideas en forma verbal y escrita, de manera organizada e inteligible para sustentar sus conceptos y procedimientos en torno al diseño y la comunicación visual.

Planear e integrar proyectos que impliquen la experimentación y la investigación-producción en el campo del diseño y la comunicación visual.

procesar información de diversas fuentes para su análisis y síntesis.

Presentar mensajes visuales y gráficos, para la producción y desarrollo de diseños en distintos soportes de los diversos campos disciplinares de la comunicación.

Construir argumentos reflexivos y críticos que le permitan, analizar, justificar y tomar decisiones para proyectar su quehacer profesional.

ejercer la lectura y la investigación como hábito

Demostrar una actitud flexible para apreciar, respetar y considerar los diferentes puntos de vista.

Manifiestar un compromiso humanístico con el medio local, nacional e internacional y con su entorno social, cultural y socio-natural.

discutir ideas, proponer y aceptar cambios

Potenciar una actitud crítica que cuestione y valore la diversidad en cuanto a las soluciones de diseño.

Participar, coordinar, fundamentar y gestionar proyectos de investigación-producción con responsabilidad, ética y valores profesionales.

Durante el proceso de formación, el estudiante obtiene conocimiento sobre diseño y complementa su perfil a fin de convertirse en el profesional que integra habilidades y actitudes para desarrollar proyectos de diseño además de poder desempeñarse como emprendedor.

perfil profesional

Evaluar, discriminar y aplicar los conocimientos teórico-conceptuales, procedimentales e históricos que fundamenten su participación en la investigación, conceptualización, desarrollo, proyección, producción y solución funcional de proyectos creativos, individuales o colectivos.

Incorporarse en el ámbito laboral desde una perspectiva humanística-social con una actitud crítica, reflexiva, propositiva, proactiva, ética y responsable; en un contexto social, económico y cultural, político e intelectual, tanto nacional como internacional.

Ejercer como productor visual en equipos de trabajo multidisciplinares y contribuir al desarrollo de la cultura y comunicación visual.

Desarrollarse como gestor o asesor independiente de proyectos de Diseño y

Comunicación Visual para incorporarse en los siguientes ámbitos: estudios de diseño, agencias de publicidad, editoriales, medios de comunicación, artes gráficas, casas productoras, instituciones públicas, privadas, educativas, organizaciones sociales y PYMES; en las áreas de profundización de: edición gráfica, medios audiovisuales e hipermedia, gráfica e ilustración e iconicidad y entornos.

Ofrecer soluciones integrales a problemas de diseño y comunicación visual, con una actitud crítica, reflexiva, propositiva y ética, mediante la aplicación de metodologías y estrategias de producción ofreciendo soluciones pertinentes para los diferentes sectores de la sociedad.

Desempeñarse como emprendedor humanista y social que implique una dimensión ética o como productor independiente que desarrolle proyectos de Diseño y Comunicación Visual para agencias de publicidad, televisoras, casas productoras, agencias de consultoría de mercado, despachos de diseño, casas de cultura, organizaciones, museos, galerías o instituciones de gobierno a nivel nacional e internacional.

Al igual que la FAD, el libro “*Diseño e innovación. La gestión del diseño en la empresa*”¹⁶ plantea algunas de las características específicas que se esperan de un diseñador, aunque el trabajo asalariado en la empresa privada no es la única área para el ejercicio de la profesión, pues estas características también se aplican cuando el diseñador es empleador.

El diseñador es un buen **coordinador** de especialistas debido a su formación pluridisciplinar.

El diseñador tiene una buena **capacidad creativa** que puede transmitir al resto de la organización. El diseñador es un **detallista** y ha de atender los pequeños detalles al mismo tiempo que los grandes aspectos, cosa que afecta a la calidad total y a la mejora continua de los productos.

El diseñador tiene un **método** de trabajo que ayuda al proceso de innovación en toda la organización.

Las características anteriores son muy puntuales en comparación con las propuestas por la FAD, las cuales hacen una descripción más amplia de los perfiles del diseñador. Con base en todo lo anterior, el diseñador actual es aquel que está preparado para solucionar técnicamente los proyectos de diseño, y así como analizar la realidad en la que se encuentra y evaluar la situación a fin de dar respuestas a proyectos o problemas sociales. Para el diseño, la sociedad y sus prácticas son la fuente principal de trabajo, puesto que las necesidades que de ahí surgen serán satisfechas por el diseñador que labora para un tercero dentro de una empresa o el que ofrece sus servicios profesionales de manera independiente en la suya.

Los perfiles por cumplir abarcan gran parte de las aplicaciones de la actividad profesional; el diseñador elige su área de desarrollo y, así, una línea que seguir. La

16 Fundación Cotec, *op. cit.*, p. 46.

percepción de algunas empresas sobre los fundamentos con los que cuenta el diseñador en ocasiones pueden no concordar con su formación; por ello se presenta como referencia la lista del perfil del diseñador según Fundación Cotec para la innovación tecnológica:

- >Es **ordenado** y cumple los plazos.
- >Es un buen **comunicador**.
- >Se **compromete** con los objetivos de la empresa.
- >Le gusta **trabajar en equipo**.
- >Conoce **técnicas** a menudo distintas de las que domina la propia empresa.
- >Tiene **experiencia** y conocimientos **empresariales**.¹⁷

Así pues, los puntos mencionados se pueden utilizar como parámetros en la búsqueda de personal, aunque en la revisión de los buscadores de empleo se encontró que también se enfocan en la experiencia comprobable; no obstante, existen los casos de oportunidades laborales sin importar la experiencia. Estos parámetros igualmente los toma en cuenta el diseñador empleador.

Así mismo Becker propone algunos elementos determinantes del nivel del capital humano que proporcionan las empresas y que el diseñador debe considerar al integrarse en alguna o para el diseño independiente: el entrenamiento que las empresas dan al profesional (entrenamiento general o específico), la tasa interna de rentabilidad de la inversión en capital humano, los ingresos. Además de temas personales, como las decisiones de las familias sobre el consumo, tiempo de trabajo y educación.

El trabajo del diseñador como recurso para la sociedad depende de su formación y madurez, aparte de los espacios en los cuales se inserte y las demandas y requerimientos por parte de los empleadores. La participación del diseñador influye en los distintos

17 Fundación Cotec, *op. cit.*, p. 58.

fenómenos de movilidad, expansión de poder y propagación de ideas por el capital humano que posee, el cual resulta variable y depende de la base cultural de cada diseñador.

Por ello el diseñador que pone atención al desarrollo de su capital humano puede tener mejores y mayores oportunidades en el campo laboral, si bien el compendio de *Educación, productividad y empleo* del Fondo Mexicano para la Educación y el Desarrollo A.C. de enero a octubre de 2000 plantea que “México desperdicia un buen potencial de estabilidad y crecimiento económico, porque no sabe capacitar a su gente.”¹⁸ lo que también incluye al diseñador debido a la constante actualización del software especializado.

Así que la inserción laboral no depende exclusivamente de la formación del diseñador, sino que se ve influida por varios factores, como el medio laboral, la economía nacional, la zona geográfica, los empleadores, la sociedad, el capital humano, entre otros. Esta base constituye una herramienta de procesamiento de información, con la cual el diseñador obtiene un saber de diversas áreas, aunque no es lo único que influye en su inserción en el campo laboral.

Un punto de partida para una idea clara de en qué áreas del diseño emplearse, (lo que depende de sus capacidades, además de los intereses personales) es reflexionar acerca de los conocimientos propios, ya que, como se afirma en el libro *Buscar trabajo es un trabajo*, tiene que haber un conocimiento propio antes de postularse a cualquier trabajo porque eso ayuda a delimitar el campo de acción y aplicación.

- >Conocimientos
- >Experiencia profesional
- >Habilidades y capacidades
- >Características personales
- >Intereses¹⁹

18 Fernando Solana, *op. cit.*, p. 30.

19 María Claudia Londoño Mateus, *Buscar trabajo es un trabajo: consejos y sugerencias para escapar del paro*, Madrid, Fundación Confemetal, 2011, p.24

El complementar la formación académica con el desarrollo personal enfocado en valores proporciona al diseñador seguridad y confianza, como sugiere Carlos Kasuga,²⁰ quien desarrolla la idea de que la educación formativa es fundamental, pues con ello las personas adquieren un desarrollo de aptitudes y habilidades basado en valores morales: “los valores no tienen título ni traen maestría”: hacen al individuo una persona de calidad, cuya cualidad moral se manifiesta en todos los ámbitos de la vida como persona, empresario y, por supuesto, diseñador, para lo cual propone seguir cuatro pasos:

- 1) *El bien ser*: Ser honesto, puntual, limpio, responsable y trabajador.
- 2) *El bien hacer*: Hacer todo bien desde un principio.
- 3) *El bien estar*: Dar más de lo que se recibe: a la familia, al trabajo, a la sociedad. Al final hace que uno sienta el bien estar, que es sinónimo de felicidad plena.
- 4) *El bien tener*: Si se cumple con los tres pasos anteriores y en ese orden, lograrán el bien tener del dinero y las cosas materiales.²¹

Incorporar esas consideraciones puede marcar un cambio en su desarrollo profesional y personal, además de influir positivamente en su autoconcepto, de manera que el poner atención en áreas relacionadas con el

20 Carlos Kasuga Osaka, empresario hijo de padres japoneses que emigraron al país, es egresado de la Escuela Bancaria Comercial, en donde se graduó en la carrera de Contador Público y actualmente es un visionario que se desempeña como industrial. Preside el Consejo Directivo de Distribuidora Kay, empresa dedicada a la manufactura de juguetes inflables, así como el Consejo Directivo de la empresa Yakult, compañía que elabora productos lácteos fermentados, y dirige K Line de México, firma de transporte marítimo. Como parte de sus actividades socioculturales, Carlos Kasuga Osaka está al frente del Consejo de la Fundación Grupo Alimentaria, es vicepresidente del Comité de las Celebraciones del Centenario de la Migración Japonesa a México y preside el Instituto Internacional de Ciencias de la Vida, asociación civil que opera en México. Valls Luis, <http://www.forbes.com.mx/carlos-kasuga-el-lider-detras-de-yakult/> (Consultado el 15 de agosto de 2015.)

21 Notas de la Conferencia dada por Carlos Kasuga en el Hotel Fiesta Americana ubicado en Reforma #80 el 12 de agosto de 2015.

ámbito emocional del diseñador incide en su relación con otros diseñadores y en su inserción en el campo laboral.

Por otro lado, la investigación en cuatro buscadores de empleo arroja que los diversos puestos para diseñadores se clasifican según el nivel de toma de decisiones en la empresa, como lo plantea el Mtro. Julián López Huerta en su Seminario de Contextos Culturales.

Niveles en la toma de decisiones

Estratega: Planea los modelos sistemáticos para lograr el fin determinado y propone alternativas posibles de recursos y métodos en la organización del plan sugerido.

Productor-proyectista: Instrumenta la estrategia mediante la organización y manejo de los recursos para la mejor objetivación de las ideas, proceso en el cual se define cognitivamente su cualidad tanto conceptual como formal con base en la rentabilidad del plan.

Gestor: Facilita las acciones y materiales para la consecución del objetivo siguiendo los lineamientos preestablecidos administrativos o productivos y procede para ello a título del responsable directo.

Operario: Manipula las herramientas de la infraestructura productiva que requieren de un conocimiento especializado generalmente en el ámbito digital o mecánico.

Con base en lo anterior, es evidente que el diseñador tiene un rango de participación bastante amplio, por lo que sus actos no pueden ser tomados superficialmente por las entidades que requieren sus servicios y mucho menos por los propios diseñadores.²²

Por consiguiente, la diferencia en el nivel de toma

22 Apuntes tomados durante el Seminario de Contexto social del Programa de Posgrado en Artes y Diseño de la UNAM, dado por el maestro Julián López Huerta en la Unidad de Posgrado, C.U., durante 2013.

de decisiones conlleva distintas funciones y aplicaciones del diseñador dentro de una empresa a partir de su capital humano, lo cual también puede delimitar la remuneración según si es operario o proyectista, de modo que la toma de decisiones en la empresa va de la mano de las capacidades.

Capacidades tecnológicas: habilidades relacionadas con el manejo de herramientas, equipos, medios, software, etc.

Capacidades operativas: desde la conceptualización y planificación de diseño hasta la práctica profesional.

Capacidad para tomar decisiones: analíticas, desarrollo de juicio crítico, de gestión, etc.

Capacidades comunicativas: hablar, escribir, editar, visualizar, hacer prototipos, presentar y expresar. El conocimiento de un idioma extranjero también debería ser considerado.

Capacidades sociales: escuchar, guiar, delegar, mediar, entre otras.

Capacidades centrales (aquellas que todo estudiante necesita adquirir): las **capacidades opcionales** (que le permiten especializarse en cualquier otra área), y las **capacidades individuales** (que le permiten encontrar su perfil propio).²³

Las capacidades del diseñador son de diversas naturalezas y se plantean en los perfiles formativos de la institución; se puede adquirir todas o algunas de ellas, las que requieran las necesidades de la empresa.

A todo esto hay que añadir la perspectiva de diseñadores inmersos en el campo laboral, como por ejemplo, la del Dr. Iván Silva Díaz, quien dentro de un taller inter-semestral que imparte en la FAD enlista algunas que, desde su punto de vista, le son útiles al diseñador con respecto a sus experiencias en el diseño.

Creer en ti y en tu trabajo.

23 Fernández, *op. cit.*, p. 305.

No depender económicamente de tus padres.
Encontrar la empresa o institución que requiera tus servicios.
Aprender a valorar y cobrar tus servicios.
Saber negociar y vender lo que más te gusta hacer.
Tomar experiencia antes de culminar los estudios.
Obtener ingresos sin descuidar la universidad.
Evitar que plagien tu trabajo o lo usen indebidamente.
Anticiparse a las empresas y saber qué requerimientos piden.
Contestar exitosamente a una entrevista profesional.

El apoyo por parte de algunos diseñadores es sustancial y muestra el interés hacia la profesión, como el caso de Jorge Gutiérrez, quien comenta que el apoyo y la ayuda de otras personas en los momentos significativos es lo que te motiva y ayuda a desarrollarte.²⁴ Menciona que la sociedad se encuentra en constante cambio y el medio también; por ello ahora se puede acceder a plataformas para que el mundo vea el trabajo de otros y el diseñador dé a conocer su trabajo. “Todo esto sin dejar de trabajar duro, ya que hay mucha competencia, pero entre más trabaja uno, más bueno se vuelve, no dejar de producir y hacer lo más que se pueda siempre con constancia y calidad”. Para él la escuela es el momento en que el diseñador puede hacer sus propios proyectos y donde no hay límites.

Además, del libro de Porter Galetar *Entrada al diseño, juventud y universidad*, la frase “no solo se diseña dibujando, también se diseña escribiendo”²⁵ indica la relevancia de la escritura para el proceso de diseño.

De modo que la problemática durante la formación e inserción en el campo laboral depende

24 Comentario tomado de su conferencia en el *Creativa Fest* en el WTC, México, 2015.

25 Porter. *op. cit.*, p. 109.

de diversas condiciones; así el diseñador transita por situaciones formativas y emocionales, siempre buscando un equilibrio que le ayude en su desarrollo profesional. Dentro de esta investigación, se identifican algunas situaciones frecuentes durante la formación (incertidumbre durante la búsqueda de empleo, desconocimiento de los requerimientos que se necesitan para insertarse en el campo laboral), y el diseñador ha de trabajar en desarrollar conocimientos sobre gestión del diseño, grupos multidisciplinarios y en ser objetivo para analizar las capacidades que posee y las que no.

Se observa igualmente que la experiencia desempeña un papel importante en la toma de decisión de ser empleado o empleador.

Como resultado de esta investigación, se obtiene un panorama general de los conocimientos y el acercamiento del diseñador en relación con el campo laboral desde su formación hasta su egreso. Se plantea una serie de recomendaciones que se extraen de fuentes bibliográficas y de la experiencia de diseñadores egresados, siempre desde la perspectiva de un diseñador, divididas, al igual que en los programas de diversas instituciones, en conocimientos, habilidades y actitudes.

Conocimientos

- Conócete a ti mismo.

El autoconocimiento sirve para poder delimitar las áreas de aplicación que puede tener el diseñador, es un primer paso para la reflexión ya que si conoce sus habilidades y actitudes puede incrementarlas o reforzar aquellas en las que no tenga demasiadas.

- Conoce a quienes te rodean.

Conocer a quienes te rodean sirve para ampliar los conocimientos en general pero también se pueden generar proyectos laborales, además de difundir la labor que se encuentre realizando el diseñador.

Habilidades

- Perseverar

Para poder expresar, presentar y ejecutar las diferentes actividades del diseño, es necesario el proseguir y no claudicar ante la presión laboral, social y emocional, las habilidades se pueden aprender día a día.

Actitudes

- Compromiso

El compromiso no es sólo con él mismo, sino con sus colegas, con el empleador o con el cliente, de prestar sus servicios de una manera profesional.

- Respeto

Respeto por el mismo, por su tiempo y trabajo, y también por el de los demás.

- Ánimo

Entusiasmo y humildad para aprender y tener una actitud positiva para dar soluciones.

Estas recomendaciones se basan en la experiencia (tanto de la autora de esta tesis como de otros) de encontrarse en la situación de ingresar al campo laboral y a partir de ella se externan los diversos problemas e inquietudes originados en diversas situaciones laborales.

Se pretende que estas reflexiones en torno a la inserción laboral del diseñador sean de utilidad a quienes se hallen en ella y les ayuden a generar su propia reflexión sobre lo que están haciendo o, al menos, a saber que no son los únicos que pasan por esa situación; con ello se fortalece el gremio y en particular la comunidad de la Facultad de Artes y Diseño de la UNAM.



CONCLUSIONES

“Tengamos fe en el resultado;
después de hacer lo mejor de nuestra parte,
dejemos que lo incontrolable cumpla su capricho.”

José Vasconcelos.



El objetivo principal de la investigación ha sido explorar e indagar los fenómenos alrededor de la inserción en el campo laboral del diseñador egresado de la FAD (antes ENAP), a fin de conocer algunos de sus problemas y sus causas. Desde la perspectiva del diseñador en formación, se conocen las expectativas sobre el campo laboral y se comparan con las de egresados insertos en el medio, para así tener un panorama de lo que sucede en la inclusión laboral del diseñador.

Las fuentes de información en las que se apoya la investigación son, además de bibliográficas, experiencias personales y de otros diseñadores, junto con datos estadísticos de instituciones que se dedican a medir niveles de ocupación por profesiones, con el fin de contrastar los datos obtenidos y comparar la información; se detecta así que las cifras no concuerdan del todo con las de la ENAP sobre la generación 2007-2011 en rubros como remuneración, horarios y años de experiencia, aunque coinciden en la satisfacción personal al realizar su actividad.

De la revisión de los antecedentes académicos de la licenciatura y el ejercicio profesional, se deduce que la interacción entre el diseñador y la sociedad ha cambiado, al igual que la estructura laboral. En un principio se encargaba de cada una de las fases del proceso de diseño, luego pasó a ser operario y ahora, generador de conceptos. A pesar de las modificaciones, el diseñador debe ser consciente de que su trabajo es para la sociedad que lo rodea y, por consiguiente, no apartarse de ella y entender la posición en la que se encuentre, lo cual se reflejará en su producción, en su remuneración y en su desarrollo profesional.

Asimismo, la inserción en el campo laboral es un proceso por el cual todos tienen que transitar, y, si bien no siempre se llega al mismo resultado, el compartir esa experiencia nos enriquece: a quien ha ejercido su profesión durante varios años, le facilita reflexionar sobre los diferentes elementos que intervienen en su inserción e identificar lo apropiado a su situación actual; al diseñador en formación o que está por integrarse al campo laboral, le es de utilidad como referente de esas situaciones y coadyuva a la gestión del conocimiento en beneficio del gremio.

Se infiere que existe incertidumbre en el diseñador en formación con respecto a su inserción en el campo laboral, pues el desconocimiento de las actividades a desempeñar dentro del campo laboral aparece a lo largo de la investigación y evidencia no haber una idea clara de las actividades posibles en el medio. Algunos diseñadores desconocen los requerimientos formativos y de habilidades para iniciar una empresa independiente y los exigidos por las empresas. Tampoco tienen idea de los años de experiencia que solicitan los empleadores.

De igual modo, la formación del diseñador (diferente en cada individuo y dependiente de sus conocimientos, habilidades y actitudes) se contempla en los perfiles curriculares de las diversas instituciones formativas en el área del diseño; en el caso particular de la FAD, en los perfiles de ingreso, intermedio, egreso y profesional, aunque pueden diferir de aquellos con los que cuenta el diseñador al momento de egresar y más aún de los requeridos por algunos empleadores.

La remuneración es un tema que causa controversia, pues en ocasiones se considera tabú hablar de las cantidades, y resulta de diversos factores: la formación, las habilidades, la demanda y oferta de empleo y la economía nacional. No siempre se remunera de la misma manera a todos los diseñadores que realizan la misma actividad. Al realizar su trabajo y verlo plasmado, el diseñador encuentra satisfacción de índole personal, económica o emocional; esto quiere

decir que en la actividad laboral el ser y el hacer están por encima del tener, de ahí que el nivel de satisfacción se halle por encima del nivel de ingresos.

Por otro lado, se trata de una profesión con alto nivel de informalidad, situada en una posición media con respecto a la ocupación de sus egresados, a pesar de la problemática de empleo encontrada.

Al analizar el panorama laboral del diseñador, se descubren áreas poco exploradas, de las cuales pueden surgir otras líneas de investigación, como la ubicación geográfica de los diseñadores egresados de la FAD dentro de la Ciudad de México o si han emigrado, para así conocer cómo se esparcen sus profesionales y en qué sectores y áreas de la sociedad realizan su actividad, y el tipo de aporte de la facultad para con la sociedad circundante.

Esta investigación surge del análisis particular de diseñadores de la generación 2007-2011 de la antes ENAP y de un sector de la comunidad de estudiantes de la licenciatura en Diseño y Comunicación Visual de 2014 de la ahora FAD; se encuentran puntos de coincidencia en sus inquietudes sobre el campo laboral y a partir de ello se desarrollan recomendaciones para aquellos diseñadores aún en formación, con la proyección de ser divulgadas en un futuro cercano dentro de la FAD y dar seguimiento a sus posibles efectos en la comunidad. De este modo, se espera que tales recomendaciones sean de utilidad para la comunidad de la FAD, ya que no existen datos previos o documentos de los temas particulares abordados en esta investigación.



**FUENTES DE
INFORMACIÓN**



Bibliográficas

- Acha, Juan. *Introducción a la teoría de los diseños*. México, Editorial Trillas, 1996.
- Bonsiepe, Gui. *Del objeto a la interface. Mutaciones del diseño*. Argentina, Ediciones Infinito, 1999.
- *Las 7 columnas del diseño*. México, Universidad Autónoma Metropolitana- Azcapotzalco, 1993.
- Borja de Mozota, Brigitte. *Gestión del diseño, uso del diseño para construir valor de marca e innovación empresarial*. México, Divine EGG Publicaciones, 2010.
- Chaves, Norberto. *El oficio de diseñar, Propuestas a la conciencia crítica de los que comienzan*. Barcelona, Gustavo Gili, 2001.
- Colegio de Diseñadores industrial y Gráficos de México A.C. *Diseño mexicano, industrial y gráfico*. México, Grupo Editorial Iberoamericana, 1991.
- Contreras, Fernando R, César San Nicolás Romera. *Diseño gráfico, creatividad y comunicación*. Madrid: Editorial Blur, 2002.
- Cordera Campos, Rafael. *Temas de educación superior en América Latina y el Caribe*. México, Unión de Universidades de América latina y el Caribe UDUAL/ Universidad Nacional Autónoma de México UNAM/ Colección Idea Latinoamericana.
- Costa, Joan. *Diseño, Conocimiento y Cultura*. Madrid, Fundación para el desarrollo de la Función FUNDESCO, Social de las Comunicaciones, 1994.
- *La comunicación en acción: informe sobre la nueva cultura de la gestión*. Barcelona, Paidós, 1999.
- Cuevas, Sergio. Joan Peypoch, Daniel Salinas. *Cuánto y cómo cobrar el diseño gráfico en México. Guía básica de costos y procedimientos*. México, Grupo XG Manuscrito, segunda edición, 2001.
- Del río García, Eduardo. *El fracaso de la educación en México*. México. Random House Mondadori, 4ta reimpresión, 2004.

- Del Vecchio, Fernando. *Diálogo con diseñadores. Reflexiones sobre el deterioro profesional en el diseño gráfico, las soluciones habituales desde el diseño para enfrentarlo y otras propuestas desde la administración*. Buenos Aires, Libro electrónico, 2015.
- Dubet, Francois. *Sociología de la experiencia*. Madrid, Editorial Complutense, Centro de Investigaciones Sociológicas, 2010.
- Falgueras, Ignacio. *La teoría del capital humano: orígenes y evolución*. Universidad de Málaga.
- Fernández, Silvia. Gui Bonsiepe (Coordinación). *Historia del diseño en América Latina y el Caribe. Industrialización y comunicación visual para la autonomía*. Brasil, Blücher, 2008.
- Frascara, Jorge. *Diseño gráfico para la gente: comunicaciones de masa y cambio social*. Buenos Aires, Ediciones Infinito, 2004.
- *El diseño de comunicación*. Buenos Aires: Ediciones Infinito, 2006.
- Fuentes, Rodolfo. *La práctica del diseño gráfico: Una metodología creativa*. México, Paidós, 2005.
- Fundación Cotec Para La Innovación Tecnológica. *Diseño e innovación. La gestión del diseño en la empresa*. Madrid. 2008
- García Canclini, Néstor. *Las industrias culturales y el desarrollo de México*. México. Siglo XXI: FLACSO, 2006.
- Garrido Trejo, Cassandra. *La educación desde la teoría del capital humano y el otro*. Educere 11. 2007.
- Girola, Lidia. *Anomia e individualismo: del diagnóstico de la modernidad de Durkheim al pensamiento contemporáneo*. México; UAM- Azcapotzalco, Anthropos Editorial, 2005.
- Goldfarb, Roz. *Carreras para diseñadores. Guía de negocios para diseñadores gráficos*. España, Divine Egg, 2001.
- Gonzales Ochoa, César. *El significado del diseño y la construcción del entorno*. México, Editorial Designio, 2007.
- Guy, Julier. *La cultura del diseño*. Barcelona, Gustavo Gili, 2010.
- Heskett, John. *El diseño en la vida cotidiana*. Barcelona, Gustavo Gili, 2005.



- Irigoyen Castillo, Jaime Francisco. *Filosofía Y Diseño, Una Aproximación Epistemológica*. México, UNiversidad Autónoma Metropolitana, División de Ciencias y Artes para el Diseño, 1998.
- Jones, J Christopher. *Métodos de diseño*. Barcelona, Gustavo Gili, 1976.
- José Vasconcelos. *La otra raza cósmica*. México, Almadía, 2010.
- *La raza cósmica: misión de la raza iberoamericana*. Argentina y Brasil. México, Trillas, 2009.
- Kwroths Child. *Teoría de los salarios*. Madrid, Aguilar, 1957.
- Leiro, Reinaldo J. *Diseño: Estrategia y gestión*. Buenos Aires, Ediciones Infinito, 2006.
- Londoño Mateus, María Claudia. *Buscar trabajo es un trabajo: consejos y sugerencias para escapar del paro*. Madrid: Fundación Confemetal, depósito legal 2011.
- Manual sobre Gestión de Diseño para empresas que abren nuevos mercados. Dirección y coordinación proyecto: Agatha Rasero i Rebull, BCD.Barcelona.
- Margolin, Víctor. Cesar González Ochoa. *Las rutas del diseño*. México, Editorial Designio, 2005.
- Martín Juez, Fernando. *Contribuciones para una antropología del diseño*. Barcelona, Gedisa, 2002.
- Mijksenaar, Paul. *Una introducción al diseño de la información*. México, Gustavo Gili, 2001.
- Mike Press, Rachel Cooper. *El diseño como experiencia; El papel del diseño y los diseñadores en el siglo XXI*. Barcelona, Gustavo Gili, 2009.
- Müller-Brockmann, Josef. *Historia de la comunicación visual*. México, Gustavo Gili, 1998.
- Munari, Bruno. *¿Cómo nacen los objetos?* Barcelona, Gustavo Gili, 1983.
- Papanek, Víctor. *Diseñar para el mundo real. Ecología humana y cambio social*. Madrid, H. Blume Ediciones, 1977.
- Porter Galetar, Luis. *Entrada al diseño. Juventud y universidad*. México, Universidad Autónoma Metropolitana, 2009.
- Ricard, André. *Conversando con estudiantes de diseño*. Barcelona, Gustavo Gili, 2008.
- *La aventura creativa: las raíces del diseño*. Barcelona, Edit Ariel, 2000.

- Rodríguez Morales, Luis. *Diseño, estrategia y táctica*. México, Siglo XXI Editores, 2010.
- Sevilla Corella, Carlos (Editor). *El diseño: 150 años entre la teoría y la práctica*. Valencia, Institución Alfons el Magnanim, Colección Formas Plásticas. # 10. Nacho Lavernia. 2000.
- Socorro Díaz Nieto, Elia. Laura Patricia Saavedra Uribe. Héctor Fernando Valencia Pérez. *Sueldos y salarios; guía práctica y metodología*. México, Plaza y Valdés, 2010.
- Sparke, Penny. *Diseño y cultura una introducción. Desde 1900 hasta la actualidad*. Barcelona, Gustavo Gili, 2010.
- Tapia, Alejandro. *El diseño gráfico en el espacio social*. México, Designio, 2004.
- Troconi Giovanni. *Diseño gráfico en México 100 Años 1900-2000*. México, Editorial Artes De México Y Del Mundo, 2010.
- Vilchis Esquivel, Luz del Carmen. *Historia del diseño gráfico en México 1910-2010*. México, CONACULTA, Instituto Nacional de Bellas Artes, 2010.
- *Metodología del diseño*. México. Centro Juan Acha. 2002.
 - *Relaciones Dialógicas en el Diseño Gráfico*. México, UNAM- ENAP, 2006.
- Zimmermann, Yves. *Del diseño*. Barcelona, Gustavo Gili, 1998.

Hemerográficas

- Actas de diseño 4, marzo 2008, Año 2, N° 4, Foro de Escuelas de Diseño, Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo. Esta conferencia fue dictada por Luis Ahumada Inostroza (Universidad Santo Tomás. Escuela de Diseño Gráfico. Chile) el jueves 2 de agosto en el 2° Encuentro Latinoamericano de Diseño 2007, Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.
- Educación, productividad y empleo. Compendio Enero – Noviembre 2001. Fondo Mexicano para la Educación y el Desarrollo, A.C., México, Publicación periódica y seriada, 2001.
- Educación, productividad y empleo. Compendio Enero –



Octubre 2000. Fondo Mexicano para la Educación y el Desarrollo, A.C., México, Publicación periódica y seriada, 2000.

García Lizárraga, Dulce María, Angélica Martínez de la Peña y Berthana Salas Dominguez. Diseñamos, ¿para el mundo real? Víctor Papanek, un visionario del diseño. México.

José Luis Pastor Pradillo. Alteraciones en la autopercepción y procesos de socialización. Universidad de Alcalá, Revista Wanceulen E.F. Digital. Número 3, Mayo 2007.

Oficina Internacional del trabajo en Ginebra. Los salarios. Manual de educación obrera. México, Alfa Omega, 1992.

Revista a! Diseño, año 20 No. 103, revista trimestral noviembre 2011-enero 2012, ISSN 9770188173010, impreso en México.

Soto, Carlos. El diseño: aproximaciones a la disciplina. Actas de diseño N° 5 III Encuentro Latinoamericano de Diseño, Buenos Aires, Argentina, Marzo 2008.

Electrónicas

Chaves, Norberto. Definir al diseño: nada más fácil. Diseño en Síntesis No. 35, Año 16, Segunda Época, otoño 2005. México, http://148.206.107.15/biblioteca_digital/estadistica.php?id_host=6&tipo=ARTICULO&id=5886&archivo=15-393-5886eux.pdf&titulo=Definir%20al%20dise%C3%B1o:%20nada%20m%C3%A1s%20f%C3%A1cil. (fecha de consulta: 14 de febrero de 2013)

Costa, Joan. Hacia una sociología crítica del diseño. 21 DE DICIEMBRE DE 2006. <http://www.komunika.info/articulos/com-comercial/diseo-producto/hacia-una-sociologia-critica-del-diseno/> (fecha de consulta: 23 de octubre de 2012)

Datos arrojados por el IMCO, de 155, 789 personas estudiaron esta carrera a nivel nacional (los cuales fueron los que terminaron la carrera) <http://imco.org.mx/comparacarreras/#/carrera/213> (fecha de consulta: 08 de abril de 2014)

Estrategias De Aprendizaje, Autoconcepto Y Rendimiento Académico, José C. Núñez Pérez, Julio A. González-

Pienda, Marta García Rodríguez, Soledad González-Pumariega, Cristina Roces Montero, Luis Álvarez Pérez y M^a del Carmen González Torres. Universidad de Oviedo y Universidad de Navarra. Revista digital *Psicothema*, 1998. Vol. 10, n^o 1.

<http://estudio-ch.com/curriculum.php>

http://fs.planeacion.sep.gob.mx/estadistica_e_indicadores/principales_cifras/principales_cifras_2013_2014.pdf

http://licenciaturas.fad.unam.mx/wp-content/uploads/2013/11/RESUMEN_EJECUTIVO_DCV_OFICIAL.pdf (fecha de consulta: 10 de abril de 2014)

<http://www.anui.es/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior>. (Fecha de consulta el 24 de abril de 2015).

<http://www.comaproductos.org.mx/>

<http://www.coneval.gob.mx/Medicion/Paginas/Glosario.aspx>

<http://www.economiaandaluza.es/sites/default/files/La%20teor%C3%ADa%20del%20capital%20humano.pdf>

<http://www.fundibeq.org>.

<http://www.observatoriolaboral.gob.mx/>. Datos del cuarto trimestre de 2014.

<http://www.planeacion.unam.mx/Agenda/2011/disco/#> (fecha de consulta: 17 de abril de 2013)

<http://www.planeacion.unam.mx/Agenda/2014/disco/#> (fecha de consulta: 6 de abril de 2015)

<http://www.rae.es/>

<http://www.ses.sep.gob.mx/acerca-de/quienes-somos/la-educacion-superior-parte-del-sistema-educativo-nacional>.

<http://www.uia.mx/web/site/tpl-Nivel2.php?menu=adAspirantes&seccion=LDisgraficofundamentos>, fecha de consulta: 1 de noviembre de 2012.

Longinotti, Enrique. Sociología del diseño. *¿Qué puede hacer el diseño para zanjar los contrastes sociales y culturales en la sociedad?* <http://maestriadicom.org/articulos/sociologia-del-diseno/> publicado en DICOM 2010. (fecha de consulta: 25 de octubre de 2012)



Pacheco Vieira, Elvira. Capital humano como factor de convergencia; análisis econométrico de la euroregión Galicia-norte de Portugal (1995-2002). Tesis doctoral, Universidad de Santiago de Compostela. <https://books.google.com.mx/books?id=PApzqm-JKmXkC&pg=PA16&lpg=PA16&dq=teorias+del+capital+humano&source=bl&ots=vrHKOp7QkH&sig=6awVFdEuDac4PkWCOd3BMrJZoeQ&hl=es&sa=X&ei=6YfmVlbSG8TqgwTt3ICQCA&ved=0CB-4Q6AEwATgU#v=onepage&q=teorias%20del%20capital%20humano&f=false>

Peluffo A., Martha Beatriz, Edith Catalán Contreras. Introducción a la gestión del conocimiento y su aplicación al sector público. Instituto Latinoamericano y del caribe de Planificación Económica y Social – ILPES, Santiago de Chile, Diciembre de 2002. <http://preval.org/files/00427.pdf>

revista unam.mx, creatividad: definiciones, antecedentes y aportaciones. Vol. 5, No. 1, ISSN: 1067-6079, 31 de enero de 2004. http://www.revista.unam.mx/vol.5/num1/art4/ene_art4.pdf

OTROS

Apuntes tomados durante el Seminario de Contexto social del Programa de Posgrado en Artes y Diseño de la UNAM, que fue dado por el Maestro Julián López Huerta en la Unidad de Posgrado, C.U., durante 2013.

Computrabajo, OCC México, LinkedIn, empleo.gom.mx, durante el primer trimestre de 2015.

Conferencia de Jorge Gutiérrez, dentro del Creativa Fest, 2015. WTC México.

Constitución Política De Los Estados Unidos Mexicanos. México, Secretaría de Gobernación, (fecha de consulta Septiembre de 2014).

Escuela Nacional de Artes Plásticas, División de Estudios Profesionales, Departamento de Titulación. (fecha de consulta: 08 de octubre de 2013)

<http://www.forbes.com.mx/carlos-kasuga-el-lider-detras-de-yakult/> escrito por Valls Luis, 6 de julio de 2013.

(fecha de consulta: 15 de agosto de 2015)

Magda Patricia Merlo Barajas. Tesis UNAM Maestría

en Psicología. *“A la sombra de los padres:*

oportunidades para fortalecer el autoconcepto ante

la constante amenaza de abandono”. México, 2008.

Notas de la Conferencia dada por Carlos Kasuga en el Hotel

Fiesta Americana Ubicado en Reforma #80, el 12 de

agosto de 2015.

Taller intersemestral “cómo vender diseño gráfico” que

impartió el maestro Iván Silva Díaz en la Facultad de

Artes y Diseño de la UNAM, durante el semestre 2015-2.





ANEXOS



A.

EDUCACIÓN SUPERIOR. Tipo educativo en el que se forman profesionales en todas las ramas del conocimiento. Requiere estudios previos de bachillerato o sus equivalentes. Comprende los niveles de Técnico Superior Universitario, Normal Licenciatura, Licenciatura Universitaria y Tecnológica, y Posgrado.

http://fs.planeacion.sep.gob.mx/estadistica_e_indicadores/principales_cifras/principales_cifras_2013_2014.pdf

EDUCACIÓN UNIVERSITARIA. Es la que se imparte en las carreras clasificadas en las áreas de Educación y Humanidades, Ciencias de la Salud, Ciencias Naturales y Exactas, Ciencias Sociales y Administrativas y las carreras de Ingeniería que no pertenecen al área de Ciencias Agropecuarias.

http://fs.planeacion.sep.gob.mx/estadistica_e_indicadores/principales_cifras/principales_cifras_2013_2014.pdf

Licenciatura a/ e/ Nivel de educación superior, que capacita al estudiante para el ejercicio de una profesión. Tiene como antecedente inmediato el bachillerato y su duración puede ser de cuatro a seis años. Se divide en los servicios de licenciatura en educación normal y licenciatura universitaria y tecnológica.¹

1 a/ SEP. DGPP (2012). Sistema Educativo de los Estados Unidos Mexicanos, principales cifras, ciclo escolar 2011-2012. México. 8 p., 247-257 pp. b/ Definiciones en los cuestionarios 911.9A, 911.9B, 2011-2012. c/ Definiciones en los cuestionarios 911.7G, 911.7T, 911.7P, 2011-2012 d/ INEGI. Comité Técnico Especializado de Información Educativa (2012). Clasificación mexicana de programas de estudio por campos de formación académica 2011. Educación superior y media superior. México: ANUIES. CONACYT. SEP. STPS. INEGI. 8-20 pp. e/ Elaboración propia. <http://www.anuies.mx/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior>. (Fecha de consulta el 24 de abril de 2015).

LICENCIATURA. Primer grado académico de la educación superior, cuyo antecedente obligatorio es el bachillerato o equivalente, y capacita para el ejercicio de una profesión.²

La licenciatura se imparte en instituciones tecnológicas, universitarias y de formación de maestros; es de carácter terminal y forma profesionistas en las diversas áreas del conocimiento con programas de estudio de cuatro años o más.³

Este nivel académico tiene como antecedente inmediato el bachillerato, su finalidad es formar profesionistas en las diversas áreas del conocimiento con programas de estudio de cuatro años o más.⁴

B.

Objetivos generales de diversas licenciaturas.

Universidad Iberoamericana (Diseño Gráfico)

El plan de estudios de la Licenciatura en diseño gráfico de la Universidad Iberoamericana se enfoca a preparar profesionistas que sean capaces de: desarrollar estrategias de comunicación visual que contribuyan a hacer perceptible el mundo que queremos; que atiendan a las demandas y necesidades de la sociedad; que rescaten los valores de la cultura material; que generen respuestas respetuosas del entorno; que busquen mejorar los procesos de comunicación visual que demanda nuestra sociedad; y que prevean y propicien los avances tecnológicos e intervengan en las diversas fases del desarrollo de proyectos que le permitan proponer, desarrollar y mejorar los mecanismos de relación entre los sectores productivos, los sectores

2 http://fs.planeacion.sep.gob.mx/estadistica_e_indicadores/principales_cifras/principales_cifras_2013_2014.pdf

3 <http://www.ses.sep.gob.mx/acerca-de/quienes-somos/la-educacion-superior-parte-del-sistema-educativo-nacional>

4 http://fs.planeacion.sep.gob.mx/estadistica_e_indicadores/principales_cifras/principales_cifras_2013_2014.pdf

sociales y el diseño.⁵

Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Artes y Diseño (antes ENAP) (nuevo plan de Diseño y Comunicación Visual)

Formar profesionales con una actitud ética, crítica, responsable, con una visión humanística, que le permita proponer, sustentar, evaluar y decidir, soluciones funcionales, creativas e innovadoras para el diseño de la comunicación visual, éstas fundamentadas en el análisis de las circunstancias sociales, políticas, económicas y culturales, en los procesos de investigación-producción de la imagen y en la utilización de los conocimientos teórico-conceptuales e históricos, así como con el dominio de las diversas herramientas tradicionales, digitales, híbridas y de nueva creación⁶.

Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco (Diseño de la Comunicación Gráfica)

Formar profesionales en el diseño de mensajes gráficos que sean capaces de:

1. Comprender, manejar y aplicar los elementos teóricos y formales del proceso de diseño, que les permitan realizar su quehacer y renovarlo constantemente, al situar la especificidad del diseño gráfico en la realidad social.
2. Producir mensajes gráficos de cualquier nivel de complejidad, aplicando las habilidades y los conocimientos teóricos y expresivos del proceso de diseño para la producción y organización de los mensajes de la comunicación gráfica.
3. Comprender, producir, y realizar mensajes de comunicación gráfica, en donde se articulen los elementos teóricos y prácticos del proceso del diseño, que sirvan para la solución de problemas concretos de la realidad, desde una perspectiva crítica y de compromiso social con su quehacer profesional.

5 Perfil de egreso de la Licenciatura de Diseño Gráfico, Universidad Iberoamericana, <http://www.uia.mx/web/site/tpl-Nivel2.php?menu=adAspirantes&seccion=LDisgraficofundamentos>, (fecha de consulta 1 de noviembre de 2012).

6 <http://licenciaturas.fad.unam.mx/>

Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco (Diseño de la Comunicación Gráfica)

Formar profesionistas capaces de realizar diseños destinados a la comunicación gráfica; mediante el desarrollo de un proceso sistemático que permita captar las necesidades de comunicación gráfica y a partir de ellas estructurar el problema específico de las propuestas que se le presenten; plantear las soluciones alternativas probables, formalizarlas en un proyecto, así como dirigir y controlar la realización de los objetos diseñados. Todo ello con el compromiso de la permanente investigación de las prioridades sociales de nuestro país, no sólo durante su formación universitaria, sino en la práctica profesional.

C.

Plan y programas de estudio de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, 2013.

Perfil de Ingreso

Conocimientos e intereses:

Apreciar la cultura general, la comunicación y la estética.

Expresar y comprender una lengua extranjera en su nivel básico.

Conocer las manifestaciones artísticas y culturales.

Reconocer las Tecnologías de la Información y la Comunicación y manifestar interés por la exploración de tecnología de vanguardia.

Interés por la publicidad, la comunicación y los estímulos visuales del entorno.

Mantener una actitud reflexiva y de autocrítica tanto de sí mismo como del entorno.

Expresar claramente sus ideas tanto en forma verbal como escrita.

Experimentar formas alternativas de pensamiento trabajo.

Trabajar colaborativamente de forma determinada y flexible en la interacción social y cultural

Organizar su tiempo dedicado al estudio, prácticas y tareas con base en un sentido de responsabilidad y disciplina.

Habilidades

Demostrar capacidad perceptual, psicomotriz y de configuración espacial.

Procesar información de diversas fuentes para su análisis y síntesis.

Expresar claramente sus ideas tanto en forma verbal como escrita.

Actitudes:

Ejercer la lectura y la investigación como hábito.

Manifestar disposición por la experimentación gráfica.

Trabajar colaborativamente de forma determinada y flexible en la interacción social y cultural.

Discutir ideas, proponer y aceptar cambios.

Organizar su tiempo dedicado al estudio, prácticas y tareas con base en un sentido de responsabilidad y disciplina.

Perfiles intermedios

Al término del cuarto semestre el alumno contará con los conocimientos fundamentales teórico-prácticos del diseño, de representación gráfica, de teoría e historia del diseño y del arte, así como de la evaluación y manejo de las tecnologías de la información y la comunicación, Será capaz de realizar ejercicios y propuestas para la integración de proyectos de diseño y comunicación visual, mediante los siguientes conocimientos habilidades y actitudes:

Conocimientos:

Teóricos-conceptuales de los medios y recursos de la práctica del diseño para comprender y aplicar los principios del lenguaje visual y gráfico.

Teóricos y prácticos fundamentales de los procesos disciplinares para proponer el desarrollo de proyectos.

De los procesos interdisciplinares, sus bases teóricas y prácticas para conceptualizar y perfilar proyectos.

De los lenguajes específicos y sus aplicaciones en los campos disciplinares de la iconicidad, la gráfica, el editorial y los medios e hipermedios.

Del origen y evolución del arte y el diseño desde la antigüedad hasta el Renacimiento.

De los fundamentos metodológicos de los procesos de investigación y sus protocolos relacionados con la sociedad del conocimiento y las tecnologías de la información y la comunicación.

Para comprender y expresarse en idioma inglés.

Habilidades:

Expresar sus ideas en forma verbal y escrita, de manera organizada e inteligible para sustentar sus conceptos y procedimientos en torno al diseño y la comunicación visual.

Presentar mensajes visuales y gráficos, para la producción y desarrollo de diseños en distintos soportes de los diversos campos disciplinares de la comunicación. Distinguir las cualidades compositivas y comunicativas de los ejercicios gráfico-expresivos aplicados en diferentes soportes.

Realizar ejercicios de indagación y de investigación básica con apoyo de las diversas fuentes de consulta y referencia en los campos disciplinares del diseño y la comunicación visual.

Ejecutar prácticas que promuevan la integración de los conocimientos básicos del diseño que deriven en propuestas de aplicación a problemas concretos.

Actitudes

Demostrar una actitud flexible para apreciar, respetar y considerar los diferentes puntos de vista.

Potenciar una actitud crítica que cuestione y valore la diversidad en cuanto a las soluciones de diseño.

Promover y participar en la integración de equipos de trabajo interdisciplinario para la ejecución de proyectos de arte y diseño.

Manifestar iniciativa, interés y disposición para el desarrollo de actividades y ejercicios de diseño y comunicación visual.

Asumir un compromiso propositivo y de vínculo con las manifestaciones sociales y culturales de su entorno para el desarrollo de sus actividades académicas

Perfil de Egreso

Conocimientos

- Organizar y relacionar los conocimientos teórico-conceptuales en procesos disciplinares e interdisciplinares de investigación-producción, para crear, proponer y producir soluciones de diseño y comunicación visual en diversos soportes dirigidos a los sectores de la sociedad.
- Analizar objetiva y críticamente los procesos de evolución y transformación del diseño y la comunicación visual, con base en los conocimientos teórico-conceptuales, históricos y técnicos para crear y producir soluciones funcionales en este campo.
- Distinguir las posibilidades de desarrollo y aplicación de las herramientas para el diseño y la comunicación visual, ya sean tradicionales, digitales o de nueva creación.
- Identificar las necesidades de diseño y comunicación visual de los sectores de la sociedad para la elaboración, desarrollo y gestión de proyectos que las atiendan.
- Reconocer las bases teórico-metodológicas y prácticas del emprendimiento humanista y social que implique una dimensión ética, la administración y la gestión de proyectos de diseño y comunicación visual para su vinculación y producción en el contexto profesional.
- Comprender y expresarse mediante una lengua extranjera inglés o cualquier otro idioma que el alumno haya elegido durante su formación, en el contexto de la profesión.

Habilidades

- Planear e integrar proyectos que impliquen la experimentación y la investigación-producción en el campo del diseño y la comunicación visual.
- Gestionar su producción personal de diseño y comunicativa para proyectarla al medio profesional.
- Planear y visualizar estrategias y proyectos de

investigación-producción de diseño y comunicación visual que coadyuven al desarrollo humano.

- Manejar con precisión las herramientas y recursos análogos, digitales y los de nueva creación para la aplicación de procesos técnicos y tecnológicos en la elaboración de sus productos de diseño y comunicación visual.
- Construir argumentos reflexivos y críticos que le permitan, analizar, justificar y tomar decisiones para proyectar su quehacer profesional.
- Reconocer y promover los valores estético-comunicativos de las expresiones y producciones que se generan en el campo del diseño y la comunicación visual en los ámbitos laboral y cultural.

Actitudes

- Mostrar una actitud propositiva, creadora y transformadora que suscite el cambio y la innovación en el campo del diseño y la comunicación visual y la cultura.
- Manifestar un compromiso humanístico con el medio local, nacional e internacional y con su entorno social, cultural y socio-natural.
- Participar, coordinar, fundamentar y gestionar proyectos de investigación-producción con responsabilidad, ética y valores profesionales.
- Ejercer liderazgo, asertividad, ética y valores profesionales para generar una interacción profesional efectiva con los medios productivos, las organizaciones y las entidades académicas.
- Proponer soluciones de diseño para el desarrollo humano y de comunicación visual para los ámbitos sociales, culturales, políticos, educativos y socio-naturales.⁷

Perfil Profesional

El profesional del Diseño y la Comunicación Visual será capaz de:

- Evaluar, discriminar y aplicar los conocimientos

7 Plan y programas de estudio de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, 2013. p. 34

teórico-conceptuales, procedimentales e históricos que fundamenten su participación en la investigación, conceptualización, desarrollo, proyección, producción y solución funcional de proyectos creativos, individuales o colectivos.

- Incorporarse en el ámbito laboral desde una perspectiva humanística-social con una actitud crítica, reflexiva, propositiva, proactiva, ética y responsable; en un contexto social, económico y cultural, político e intelectual, tanto nacional como internacional.

- Ejercer como productor visual en equipos de trabajo multidisciplinares y contribuir al desarrollo de la cultura y comunicación visual.

- Desarrollarse como gestor o asesor independiente de proyectos de Diseño y Comunicación Visual para incorporarse en los siguientes ámbitos: estudios de diseño, agencias de publicidad, editoriales, medios de comunicación, artes gráficas, casas productoras, instituciones públicas, privadas, educativas, organizaciones sociales y PYMES; en las áreas de profundización de: edición gráfica, medios audiovisuales e hipermedia, gráfica e ilustración e iconicidad y entornos.

- Ofrecer soluciones integrales a problemas de diseño y comunicación visual, con una actitud crítica, reflexiva, propositiva y ética, mediante la aplicación de metodologías y estrategias de producción ofreciendo soluciones pertinentes para los diferentes sectores de la sociedad.

- Desempeñarse como emprendedor humanista y social que implique una dimensión ética o como productor independiente que desarrolle proyectos de Diseño y Comunicación Visual para agencias de publicidad, televisoras, casas productoras, agencias de consultoría de mercado, despachos de diseño, casas de cultura, organizaciones, museos, galerías o instituciones de gobierno a nivel nacional e internacional.⁸