



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE
ARTES PLÁSTICAS

“Con toga y birrete; el diseño y la ilustración fuera de casa”

TESINA QUE PARA OBTENER
EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN DISEÑO Y
COMUNICACIÓN VISUAL

PRESENTA:
AGUSTÍN LÓPEZ DELGADILLO

DIRECTOR DE TESINA:
MAESTRO MAURICIO DE JESÚS JUÁREZ SERVÍN

MEXICO, DF., 2011



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

ÍNDICE

Prefacio | 6

I Ilustración: Panorama General De La Profesión En México | 11

- 1.1 Los verdaderos protagonistas en el quehacer de la imagen
¿Quién hace la ilustración profesional México? | 11
- 1.2 Aplicaciones de la ilustración en México | 22
- 1.3 El mercado ilustrado: Gestión de la ilustración en México | 28

II La ENAP En La Formación De Ilustradores | 37

- 2.1 Perfil de los ilustradores de la ENAP antes del Diseño
y la Comunicación Visual | 37
- 2.2 La aparición de la licenciatura de Diseño y Comunicación
Visual en la ENAP | 46
 - 2.2.1 Origen | 46
 - 2.2.2 Objetivos académicos | 46
 - 2.2.3 El porqué de las orientaciones | 47
 - 2.2.4 El perfil de egreso para los diseñadores-ilustradores | 48
- 2.3 Cualidades conclusivas y de egreso de los ex-alumnos
de DCV | 48
 - 2.3.1 Nivel académico | 48
 - 2.3.2 Habilidades técnicas | 49
 - 2.3.3 Área específica de desarrollo | 49
 - 2.3.4 Actitud (el mexicano promedio frente al trabajo) | 50
- 2.4 Las posibles modificaciones al campo laboral del diseño Gráfico, a partir
del Diseño y la Comunicación Visual | 55

III Los Ex-Alumnos De La ENAP En El Ejercicio De La Profesión | 57

3.1 Oportunidades de desarrollo para los ilustradores de La Licenciatura de Diseño y Comunicación Visual formados de la ENAP | 57

3.2 Correspondencia entre formación y demandas del mercado del Diseño Gráfico y la Ilustración, para los ilustradores de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual | 61

3.3 Aportes de la investigación sobre la formación y desarrollo profesional de los alumnos formados en la ENAP, de la orientación en ilustración, amén de los resultados de esta investigación | 67

Conclusiones | 73

Apéndice A | 75

Bibliografía | 78

AGRADECIMIENTOS

Agradezco profundamente el apoyo brindado a quienes participaron, como sinodales, en la revisión y aprobación de esta investigación.

Licenciada: Lilia Andrea Escalona Picazo

Licenciado: Edgardo Martínez Hidalgo

Maestro: Mauricio de Jesús Juárez Servín

Licenciada: Edith Geraldine Ruiz Lozada

Licenciado: Fidencio Alejandro López Beltrán

Sus valiosas contribuciones han enriquecido el contenido en este documento, y sin ellas no hubiera sido posible la culminación del mismo.

En especial agradezco la paciencia y atención brindadas por el Maestro Mauricio de Jesús Juárez Servín, director de proyecto, ya que su guía ha sido fundamental desde el inicio de este trabajo y hasta su culminación.

Doy gracias a mi familia por su paciencia y comprensión durante este proceso.

PREFACIO

Antes de abordar plenamente en el tema de La Ilustración y el Diseño y Comunicación Visual, en tanto que actividades profesionales en México. Es necesario, para entender mejor este panorama, hacer una descripción general del momento que actualmente atraviesa la profesión universitaria. Específicamente, dado el enfoque de esta investigación, la relación existente entre la educación superior y las exigencias del mercado laboral.

Uno de los objetivos centrales de las universidades radica en la gestación y consecución del conocimiento, otro de igual relevancia es la formación de recursos humanos; profesionales altamente calificados que puedan desarrollar una actividad económica específica.

Para tal empresa los programas de estudio recogen, interpretan y organizan las necesidades sociales con el objetivo de promover un proceso de formación que dote a los futuros profesionales con las habilidades técnicas y cognitivas requeridas en un área específica del universo ocupacional; esto supone la existencia de un paradigma que plantea un perfil de la formación universitaria enfocado hacia el trabajo. Sin embargo pretender que el sistema universitario se adecue linealmente a las demandas del aparato productivo es cancelar la idea misma de La Universidad.

Así mismo hoy en día, la idea en la que se consideraba a la profesión universitaria como garante de elevación y reconocimiento social está prácticamente extinta. En su lugar subsiste un escenario de incertidumbre en el que se cuestiona la eficacia de las instituciones ante las demandas emergentes de la sociedad y sus individuos.

Así lo menciona Ángeles Valle Flores, investigadora del Centro de Investigaciones y Servicios Educativos de La UNAM, en su ensayo sobre crisis económica y egreso profesional: *“El subempleo o aun desempleo profesional en México parece haber tomado por sorpresa a una sociedad para la que la educación superior constituía una vía casi incuestionable de ascenso social, en tanto que garante del acceso a las ocupaciones económicamente mejor retribuidas y de mayor poder y prestigio social”*¹.

¹ Díaz Barriga Ángel, Pacheco Méndez Teresa, coordinadores, *La profesión: su condición social e institucional*, UNAM, Centro de Estudios sobre La Universidad, M. A. Porrúa, México, 1997, pp 131.

Ante este panorama los estudiosos en la materia han puesto especial atención a un fenómeno relativamente nuevo, que desde la década de los ochentas se ha estado consolidando principalmente en las llamadas economías emergentes; es decir el desempleo y subempleo profesional.²

Tal situación representa uno de los mayores desafíos para la educación superior en el sentido en que por una parte se busca la posibilidad de realización concreta de una formación universitaria esencialmente orientada al ejercicio profesional en el mercado laboral y por otra se reconoce que la problemática educativa no solo puede limitarse a las determinantes económicas.

Esto supone una relación compleja y contradictoria entre el sistema de producción y las Instituciones de Educación Superior a nivel nacional, afectando principalmente a las Universidades públicas. Encontrar el punto de conciliación entre las exigencias del mercado laboral y los objetivos de la educación universitaria es la principal tarea.

Conocer la experiencia cotidiana que puede estar enfrentando el egresado universitario es uno de los retos que para lograr la consolidación de tal objetivo se requiere actualmente.

En una sociedad como la nuestra y ante la presente crisis económica, hoy más que nunca la ocupación es el elemento que caracteriza y da sentido a la noción que se tiene de la profesión universitaria como actividad económica; esta actividad (el trabajo establecido y remunerado) es lo que confiere legitimidad al individuo dentro de la esfera social. En palabras de Anastasio Ovejero Bernal, en una socie-

² **Desempleo, desocupación o paro.** En el mercado de trabajo, hace referencia a la situación del trabajador que carece de empleo y por tanto de salario. Por extensión es la parte de la población que estando en edad, condiciones y disposición de trabajar -población activa- carece de un puesto de trabajo.

Subempleo. Se refiere al término que define a una persona capacitada para una determinada profesión o cargo que no puede trabajar por causa del desempleo, por lo que opta por tomar trabajos con poca remuneración económica, sin recibir las prestaciones mínimas de ley y realizando actividades que no corresponden a nivel de formación. Así mismo define a aquellas personas que no trabajan un número mínimo de horas a la semana o que lo hacen sólo de modo esporádico, sin suficiente regularidad. Si el trabajador, sin embargo, por cualquier motivo, desea permanecer en esta situación, no puede hablarse técnicamente de subempleo, pues es sólo una persona ocupada que tiene una función de utilidad ocio/trabajo diferente al promedio existente en la economía. Hay subempleo en cambio cuando el trabajador no encuentra una colocación que le permita incrementar su tiempo de ocupación. Por lo general se presentan dos tipos de subempleo: el subempleo visible, que refleja una insuficiencia en el volumen de empleo (jornada parcial de trabajo) y el subempleo invisible, caracterizado por los bajos ingresos que perciben los trabajadores.

dad de trabajo como la nuestra, *“Lo propio es que el trabajo está considerado como un deber moral, una obligación social y la vía hacia el éxito personal. La ideología del trabajo tiene como cierto: a) que cuanto más trabaja cada uno, mejor se encuentra todo el mundo; b) que los que trabajan poco o no trabajan causan un perjuicio a la sociedad y no merecen ser miembros de ella, y c) que quien trabaja bien triunfa socialmente y que quien no triunfa lleva en sí mismo la culpa de su trabajo. Y continúa: la característica esencial de este trabajo –el que “tenemos”, “buscamos”, “ofrecemos” – es el de ser una actividad en la esfera pública, demandada, definida, reconocida como útil por otros y como tal, remunerada por ellos. Por el trabajo remunerado (y más particularmente por el trabajo asalariado) es por lo que pertenecemos a la esfera pública, conseguimos una existencia y una identidad sociales (es decir, una profesión).³*

Siguiendo con esta línea de reflexiones, en torno a las sociedades de trabajo, podríamos pensar que existe una forma de cuantificar el éxito de una actividad profesional, a lo cual el propio Ovejero plantea la existencia de cuatro estados que constituyen la ocupación profesional es decir: empleo, subempleo, desempleo y un cuarto estado (bastante interesante con respecto a la relación formación-ocupación) al que denomina etapa de inserción; y en lo que a esto respecta menciona lo siguiente: *“...no está solo el problema del desempleo y probablemente esto no sea lo esencial. Lo esencial es la precariedad que en la actualidad afecta a uno de cada cinco empleos. Y si razonamos no en términos de stoks (el conjunto de los que tienen trabajo), sino en términos de flujo, más de la mitad de los contratos, actualmente, se realizan bajo formas ajenas al contrato por tiempo indefinido, es decir, ajenas al tipo de contrato que suponía en épocas anteriores una seguridad relativa y al que se podían vincular garantías y derechos estables. De ahí la multiplicación de formas de actividad fragmentaria, alternativas de empleo, y desempleo que afectan principalmente a los jóvenes.*

Asimismo se hace referencia al estado de inserción laboral. *“...imaginemos a un individuo que fuera únicamente un insertado, en cierto modo un sujeto en perpetua inserción en un estatus de permanente interinato flotando de unas ocupaciones a otras, en cierto sentido no sería un excluido pero, para él, la inserción dejaría de ser una etapa para convertirse en un estado; el de alguien que no tiene un lugar en la sociedad, alguien que sería algo así como una especie de super numerario.⁴*

Lo anterior resulta bastante actual considerando la volatilidad que presenta el empleo en nuestro país, así como la creciente incertidumbre laboral. Como ya se mencionó, encontrar el punto de intersección preciso entre educación superior y

³ Agulló Tomás Esteban, Ovejero Bernal Anastasio, *Trabajo, individuo y sociedad: perspectivas psicossociológicas sobre el futuro del trabajo*, Ediciones Pirámide, Madrid, 2001, pp 151.

⁴ *Idem*, pp 152, 153.

empleo profesional resulta cada vez más complejo y lo que si queda claro es el hecho de que no existe una relación directa entre trabajo y nivel de escolaridad, más aún entre preparación académica y niveles de salario.

Si a esto se le suma, el cambio tecnológico (cada vez más acelerado), la ineficacia política para generar empleos profesionales, las frecuentes crisis económicas, el juego de intereses en torno al establecimiento de un proyecto hegemónico de desarrollo y en general el ambiente de incertidumbre social, en conjunto, da como resultado que los requisitos de conocimiento y habilidades impuestos para el desempeño de una profesión en México no siempre correspondan a las necesidades reales que la ocupación exige.

Ante esta inestabilidad generalizada es común que el egresado universitario se enfrente a una dinámica de empleo que desconoce en cuanto a su real operatividad y cuyos resultados previsibles en gran medida no corresponden a sus expectativas de incorporación a la actividad productiva.

Por otra parte el mercado laboral presenta de igual manera un importante desfase en lo relativo a la utilidad práctica que representa el trabajo profesional. Solo un porcentaje reducido de egresados es absorbido por el estrecho mercado profesional mientras que en contraparte la demanda de mano de obra no profesional va en aumento; basta mencionar el enorme crecimiento que el sector de servicios ha presentado en los últimos años.

Ante una dinámica de egreso profesional, que supera en ritmo la capacidad de creación de empleos a este nivel, en una economía en crisis -con bajo o nulo crecimiento- como la experimentada actualmente en el país, resultan inherentes los fenómenos de subempleo y desempleo profesional⁵.

En este sentido el subempleo esta definido una vez más por el tipo de actividad y habilidades requeridas por la ocupación. Así mismo sin dejar de lado el posible desempleo, es real que la gran mayoría de los egresados universitarios están destinados a permanecer temporalmente fuera de la actividad laboral para la que se educaron o bien se desplazarán a otras ocupaciones no relacionadas a su formación.

⁵ Díaz Barriga Ángel, Pacheco Méndez Teresa, coordinadores, La profesión: su condición social e institucional, UNAM, Centro de Estudios sobre La Universidad, M. A. Porrúa, México, 1997, pp 141.

En síntesis el fenómeno de la ocupación profesional en México versus la formación universitaria atraviesa actualmente por una serie de dificultades provenientes de presiones ejercidas por la reciente crisis económica. Hoy más que nunca la sociedad cuestiona la eficacia y funcionalidad de la educación superior ante un mercado ocupacional que exige mucho más de lo que oferta. Y en este sentido la estancia en la universidad puede significar una medida paliativa para contener de manera temporal a una parte de la fuerza de trabajo. A reserva de que el pronóstico para este grupo sea cada vez menos alentador.



I

ILUSTRACIÓN: PANORAMA GENERAL DE LA PROFESIÓN EN MÉXICO

1.1 Los verdaderos protagonistas en el quehacer de la imagen. ¿Quién hace la ilustración profesional en México?

Desde las primeras manifestaciones visuales, que se sabe fueron hechas por el hombre hasta nuestros días, la imagen ha tenido gran trascendencia histórica y en México no se ha dado la excepción e incluso desde antes que existieran los primeros pueblos de Mesoamérica la imagen ya era relevante.

Sin embargo no fue hasta la llegada de la imprenta a La Nueva España que la imagen adquirió un significado distinto. Por primera vez, se convirtió en parte intrínseca de los medios impresos, y hubo de transformarse en un producto de masas, siendo el primer antecedente de lo que hoy conocemos como ilustración.

La imagen impresa, que en un principio estuvo subordinada a su referente escrito, evoluciona y pasa de ser un simple complemento a parte fundamental del diseño. Ya no más dependencia total del texto. Ahora la imagen puede ofrecer una lectura alternativa de igual o mayor valor del que brinda la imagen escrita.

En cuanto a su origen como disciplina, mucho se ha dicho que al igual que la fotografía, la ilustración deviene de la pintura y de la misma forma en que los primeros fotógrafos en algún momento fueron pintores, los primeros cartelistas, antecesores directos del diseño gráfico y por ende de la ilustración, provenientes de las escuelas del Art Nouveau y La Bauhaus también lo fueron.

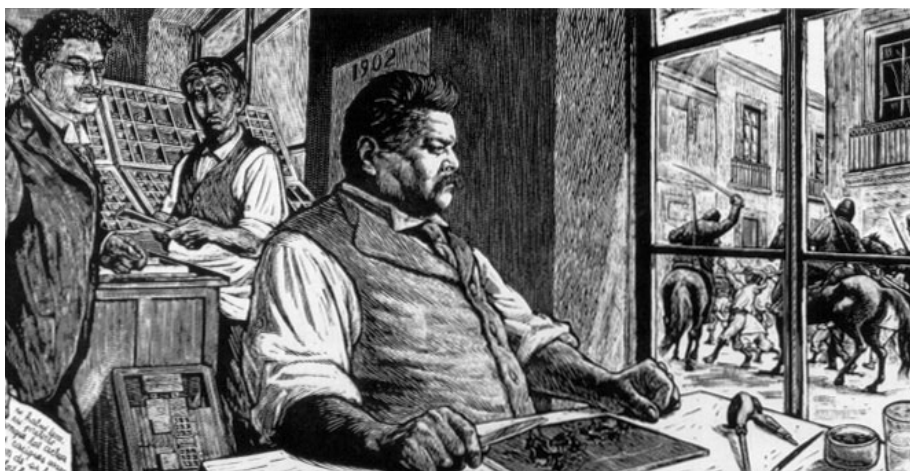


Un artista moderno trabajando, Carlos Alvarado Lang.

Dado que México ha heredado el Diseño Gráfico de Europa, es lógico que también aquí hayan sido pintores, grabadores y dibujantes los precursores de la ilustración. A ello se han sumado escultores y demás artistas visuales que se han dado a la tarea de producir imágenes para el consumo de masas, utilizando las viejas técnicas de las artes plásticas.

Se puede identificar entonces a los artistas visuales (pintores, grabadores, dibujantes, entre otros) como los pioneros en la producción de ilustración en México, y de entre sus nombres destacan:

JOSÉ GUADALUPE POSADA (1852-1913)



Homage to Jose Guadalupe Posada, linocut, 1953, Collection of Santiago Merino.

ERNESTO GARCÍA "EL CHANGO" CABRAL, (1890-1968)



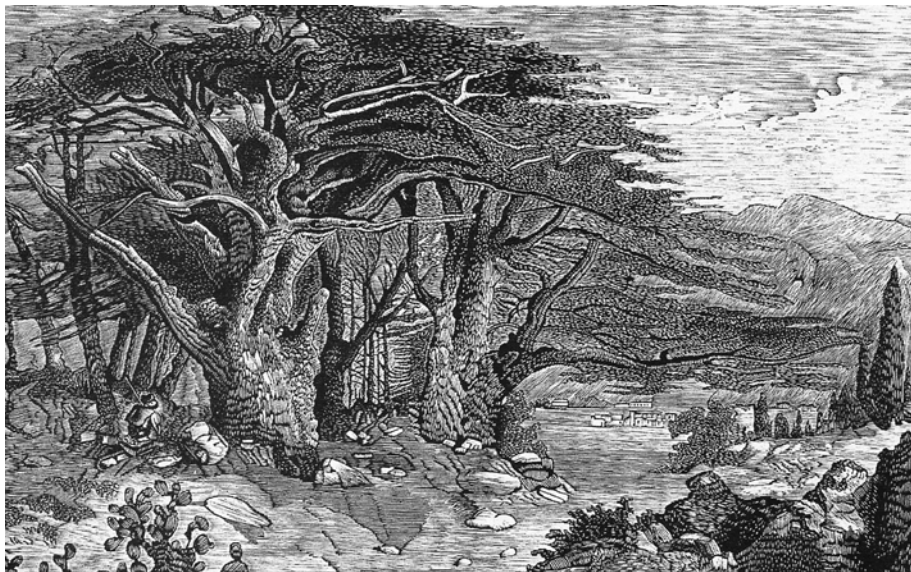
Patzcuaro, Mich, 1936, oleo, New York.

MIGUEL COVARRUBIAS (1904-1957)



Rapsodia en azul, en Negro Drawings, 1927.

CARLOS ALVARADO LANG (1905-1961)



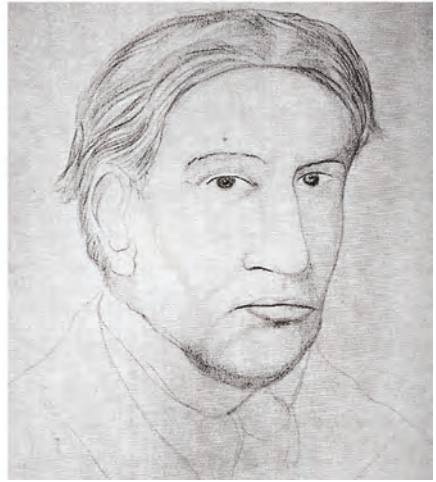
Paisaje, 1938.

ABELARDO ÁVILA (1907-1967)



Caminantes, 1945.

JOSÉ ARELLANO FISHER (1911-1995)



Historia de la literatura boliviana, 1943.

ALBERTO BELTRÁN (1923-2002)

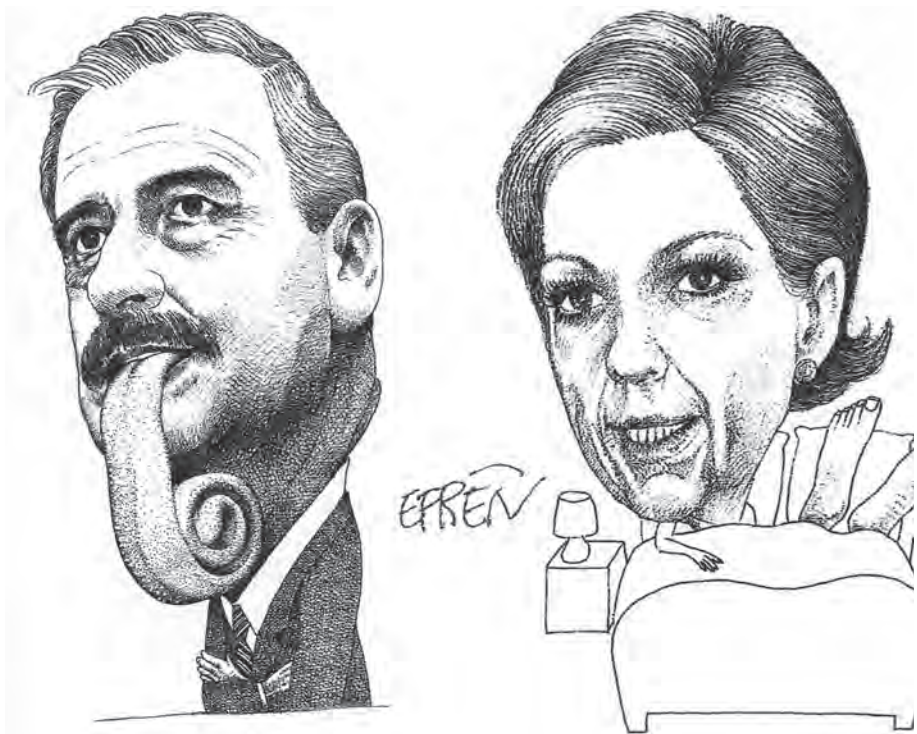


Suplemento El Día, 1967.

Solo por mencionar algunos, cuyas imágenes tuvieron gran auge durante la primera mitad del siglo pasado y en algunos casos siguen vigentes ⁶.

De menor tiempo pero con gran presencia, está el importante grupo de ilustradores que desde la década de los setentas y ochentas surgieron de las licenciaturas de Dibujo Publicitario, Comunicación Grafica, Artes Plásticas, Pintura, Grabado, Artes Visuales y demás disciplinas afines, todos ellos provenientes de las diferentes escuelas de arte y diseño del país. Su trabajo vigente y de excelente nivel ha marcado el rumbo a los ilustradores más recientes – destacan por su trabajo como caricaturistas, moneros o cartonistas. – y aunque la lista es amplia figuran entre sus representantes:

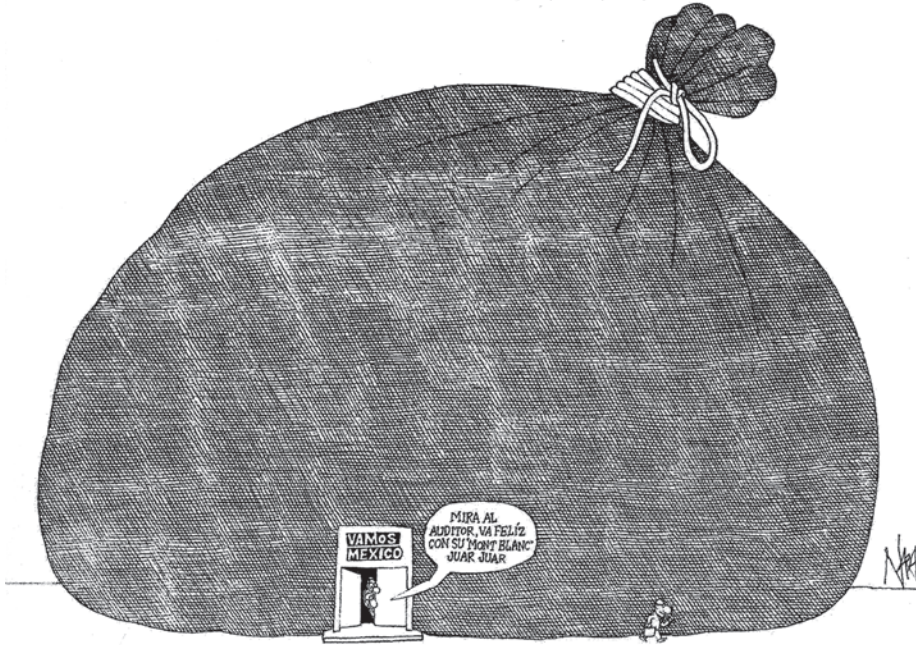
EFREN



"Masiva y La Pareja Presidencial", Revista **PROCESO**, Edición Especial No. 15, 2004.

⁶ Torre Villar Ernesto de la, *Ilustradores de libros. Guión bibliográfico*, UNAM, Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial, México 1999, primera edición.

NARANJO



"Todo en Regla", Revista PROCESO, Edición Especial No. 15, 2004.

HELIOFLORES



"Botón de Pánico", Revista PROCESO, Edición Especial No. 15, 2004.

ROCHA



"Cumbre Marlboro", Revista PROCESO, Edición Especial No. 15, 2004.

EL FISGÓN



"Cada Quien lo Suyo", Revista PROCESO, Edición Especial No. 15, 2004.

HELGUERA



"El Gobierno del Cambio", Revista PROCESO, Edición Especial No. 15, 2004.

RIUS



Sin título, Revista PROCESO, Edición Especial No. 15, 2004.

Así mismo destacan por su trabajo como ilustradores en diferentes medios, nombres como el de Gerardo Suzán, Guillermo de Gante, Heraclio Ramírez, José Luis Acevedo Heredia (actual colaborador de la revista *Vértigo*), éstos últimos provenientes de La ENAP y que junto con otros más, forman parte de este importante grupo. Actualmente se siguen desempeñando como ilustradores y profesores de esta institución; incluso algunos de ellos conforman a la élite de la ilustración a nivel nacional y son en cierto modo los encargados de formar a nuevas generaciones de ilustradores como es el caso de los egresados de La Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual *con orientación en ilustración*.

SUZÁN



"Dios Elige y Prueba a Habraham", Acrílico, Mi Primera Biblia Ilustrada, Ed. Patria, 1993.

DE GANTE



"Lluvia de Estrellas 1", Aerógrafo y Pluma con Tinta Lavable, Inédita, 1993.

HERACLIO



Sin título de fuente, Tlaoli estudio de diseño y artes plásticas, <http://www.tlaoli.com>

HEREDIA



Sin título de fuente, Revista VÉRTIGO, No. 526, 2011.

A este grupo se suma el de los graduados de las licenciaturas en Diseño Gráfico y Diseño y Comunicación Visual que desde los noventas egresan de las universidades; no hay que olvidar que a partir de esa misma época han proliferado de manera significativa las instituciones que cada trienio, año, semestre y en algunos casos trimestralmente forman técnicos en diseño gráfico que también pueden llegar a ofrecer sus servicios como ilustradores.

Finalmente se puede señalar a un nutrido grupo de individuos que pareciera nada tienen que ver con las artes o el diseño es decir, que no provienen de ninguna escuela de arte y diseño como los anteriores y que, sin embargo se han ofertado

como ilustradores. Su formación es autodidacta y lo mismo podrían ser un pasante de la licenciatura en letras clásicas que aficionados al comic con bachillerato trunco.

Sin embargo, resulta interesante saber que entre ellos existen muy buenos ilustradores; un ejemplo muy notable es de Juan Gedovius quien resultó ganador en el 13° Catalogo de ilustraciones Infantiles y Juveniles que edita el CONACULTA y que dedica gran parte de su trabajo al público infantil.

Como se puede observar, la oferta de la ilustración en México es mucho más amplia de lo que se puede juzgar a simple vista y prácticamente todo aquel que se considere con habilidades para el dibujo, las técnicas de representación o sepa manejar algún software de diseño, esta en posición de generar ilustración, aunque no en todos los casos a nivel profesional. Así mismo, la demanda resulta insuficiente para absorber al grueso de la producción de ilustradores y aunque la ilustración sea el segundo tipo de imagen mayormente utilizada en medios impresos, electrónicos y audiovisuales—solo por debajo de la fotografía—es difícil precisar qué ha motivado la depresión de esta actividad, específicamente a nivel profesional.

El crecimiento de la economía informal y el evidente plagio de imágenes, como ejercicio cotidiano en este sector, pudiera ser una de las principales causas; otro factor estimable radica precisamente en los honorarios de un ilustrador profesional. En un país donde se lee muy poco y la estimación que se tiene por las artes y la cultura en general está a la baja, es natural que las exigencias de consumo—en cuanto a calidad y contenido—sean mínimas; por lo tanto resulta comprensible que la profesionalización de actividades como la del ilustrador se encuentren en estado crítico. Visualizando este panorama es posible localizar las esferas económicas en que esta presente la ilustración.

1.2 Aplicaciones de la ilustración en México

Los sectores que demandan el empleo de ilustraciones están muy bien definidos y en primer lugar se encuentra la industria editorial que absorbe a gran parte de la oferta de ilustración en el país. Así, se halla la presencia de ilustraciones en todo tipo de publicaciones impresas como los son libros, revistas, periódicos, instructivos, manuales y demás formatos reproducibles empleando algún sistema de impresión.

Conjuntamente a la industria editorial, existen otros sectores del mercado a los que se ha incorporado el uso de ilustraciones, un ejemplo es la industria farmacéutica cuya demanda a crecido exponencialmente en los últimos años; así mismo, la publicidad en general, la industria musical, la deportiva, el sector gubernamental, el científico, el cultural y el mercado del arte — al que con gran frecuencia se incorporan los ilustradores — son solo algunos ejemplos dentro del amplio espectro que actualmente demanda el consumo de este tipo de imagen.

La ilustración, también está presente en soportes digitales (como los libros electrónicos), medios audiovisuales (video clips, animaciones, videojuegos, entre otros), medios electrónicos (portales de Internet, páginas Web, dispositivos móviles) y en general cualquier tipo de soporte en el que se involucre la aplicación de imágenes, que por su naturaleza estética y variedad de mixtura en recursos plásticos y tecnológicos, ofrezcan lecturas visuales diferentes a cualquier otro tipo de iconografía.

En este sentido es amplia la variedad de técnicas y estilos que se pueden encontrar en el ámbito de la ilustración. En general, los libros al respecto muestran varias tipificaciones y en el caso del presente trabajo la clasificación sugerida es el resultado de la experiencia personal y la literatura existente; el objetivo, es que a través de esta categorización se pueda gestar un discurso más amplio — en el aspecto técnico formal — en torno a la lectura visual que pueda llegar a generar una ilustración. Luego entonces es posible identificar a la ilustración, según el siguiente orden:

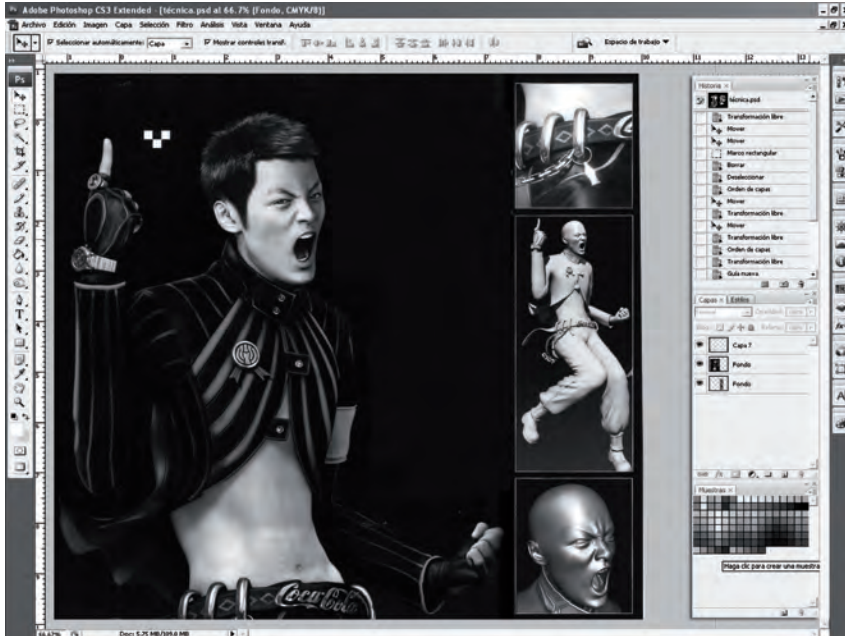
► **TÉCNICA:**

Se pueden identificar tres grandes grupos: la ilustración digital, la tradicional o análoga y la experimental o alternativa.

La ilustración digital, se refiere al tipo de imagen realizada por medio del uso de la computadora.

La ilustración tradicional o análoga, hace mención de las imágenes que para su elaboración involucran recursos y materiales utilizados en las artes plásticas y el diseño; de ello se desprende la siguiente subclasificación: así se puede encontrar, ilustración a lápiz, al óleo, al carbón, al pastel y demás en que se utilizan los materiales y recursos propios de las artes plásticas, así como las realizadas con el recurso del puntillismo o el achurado; la combinación de recursos da como resultado una ilustración de técnica mixta.

La ilustración experimental o alternativa se refiere a la combinación y utilización de recursos plásticos que además de involucrar a las técnicas tradicional y los recursos digitales integran nuevos materiales y formas de aplicación.



Un ejemplo muy notable de este tipo, es la ilustración digital, que cada vez es más demandada para medios impresos y audiovisuales.

Neopixel. Revista de diseño y artes creativas, México, Número 4, 2007

► **VALORES CROMÁTICOS:**

Se refiere a las imágenes realizadas a color o blanco y negro., desde su origen



La ilustración, pensada en blanco y negro, desde su origen, ofrece una interesante lectura.

Colyer Martin, Cómo encargar Ilustraciones, Manuales de Diseño, México, Ed. G. Gili, 1994.

► **TIPO SOPORTE**

Se identifica a la ilustración bidimensional y tridimensional, considerada esta última como todo tipo de formas volumétricas que puedan ser reproducidas en su forma original o representadas por medio de la fotografía.



En la ilustración tridimensional, frecuentemente se utilizan los principios básicos de la escultura, ingeniería en papel y origami.

Primer Catálogo de Ilustradores de La ENAP, ENAP, UNAM, México, 2003, Primera Edición.

► **TEMA:**

Es decir por el contenido directo de su mensaje. Como ejemplos, existe la ilustración política, erótica, humorística, entre otras.



La caricatura política, es un buen ejemplo de esta clasificación. Es muy demanda en todo tipo de publicaciones periódicas.

Magú "Justicia", Revista PROCESO, Edición Especial No. 15, 2004

► **PÚBLICO CONSUMIDOR:**

Se refiere al tipo de individuo para el que fue pensada. Algunos ejemplos son: la ilustración infantil, la juvenil, la ilustración para adultos, y la ilustración de género, aunque en México prácticamente no existe.



Las Chambeadoras, es el tipo de publicación periódica que por su contenido sexual explícito, ejemplifica perfectamente el uso de ilustración para un público en particular.
Las Chambeadoras, Editorial toukanmango, México.

► **NIVEL DE ICONICIDAD O ESTILO:**

Se trata de la relación de similitud que guarda la imagen con la realidad. Muestra de ello es la ilustración realista, hiperrealista, (también se considera en este rubro algunas ilustraciones científicas), figurativa (en la que también se ubica a la caricatura) y la ilustración abstracta.

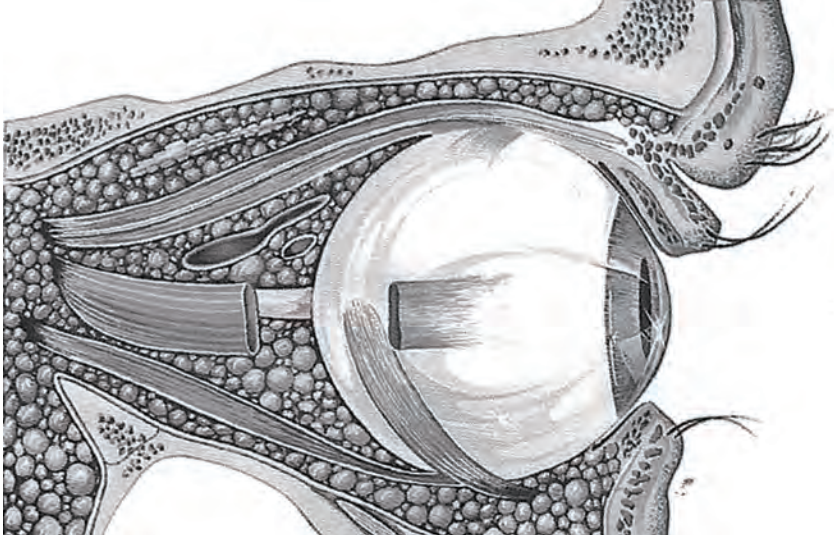


Por su riqueza en detalle y gran parecido con la realidad, la imagen hiperrealista, resulta sorprendente y es solo comparable a la fotografía.

Moti Jean, acrilic on board, Communication Arts, Illustration Annual 40, Ed. C&B, USA, 1999.

► **POR FIN ÚLTIMO:**

Esta clasificación se refiere al propósito que desde su concepción persigue la imagen. La ilustración comercial, la ilustración artística, y la ilustración lúdica, recreativa, científica o educativa son los ejemplos de este tipo.

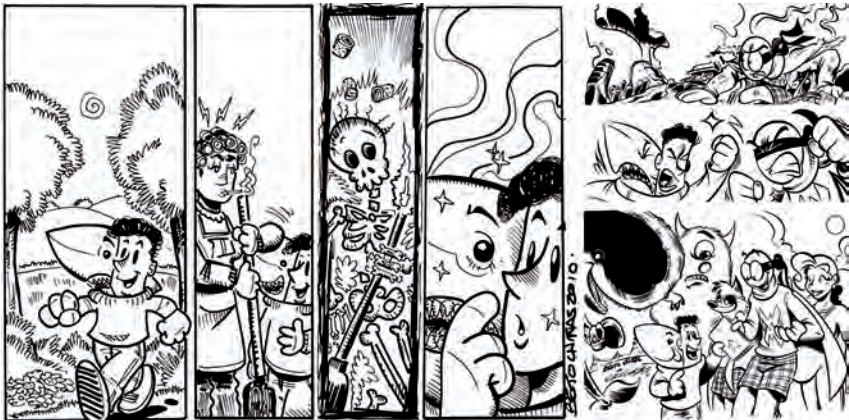


Los esquemas anatómicos que describen partes del cuerpo humano, son un claro ejemplo de ilustración científica.

Colyer Martin, Cómo encargar Ilustraciones, Manuales de Diseño, México, Ed. G. Gili, 1994.

► **EN RELACIÓN CON CUALQUIER OTRO TIPO DE INFORMACIÓN:**

Dependiente cuando forzosamente requiere apoyo del texto o audio para transmitir el mensaje. Semidependiente o independiente.



La historieta sin diálogo, una muestra de ilustración en la que se prescinde del texto como parte del discurso narrativo; la secuencia busca la interacción con el lector.

Roberto Chiñas Pérez "Beto Chiñas", Las Aventuras de Tate, El Niño de las dos cabezas, México, 2010.

Como se puede notar la diversidad que ofrece la ilustración está de manifiesto en más de un sentido y como tal, es una actividad que de manera constante se relaciona a otras áreas del diseño y la comunicación visual, la ciencia, el arte, la cultura y la sociedad en general; por ello resulta indispensable su ordenamiento como actividad en el ámbito de las profesiones, las pautas para su funcionamiento y su real operatividad en el ámbito laboral.

1.3 El mercado ilustrado. Gestión de la Ilustración en México

Uno de los principales aspectos a considerar cuando se aborda el tema de la gestión de la ilustración en México, es el reconocimiento de su estatus como actividad económica. En este sentido es posible hacer una tipificación simultánea de la ilustración como una profesión y como un oficio, en ambos casos reconocida como una actividad específica dentro del campo del Diseño y la Comunicación Visual. Para entender mejor esta relación, es necesario mencionar en primera instancia el alto grado de sistematización alcanzado tanto en la práctica como a nivel educativo en la ilustración profesional y su relación con lo que socialmente es considerado un oficio en el ámbito de las ocupaciones es decir, un proceso de enseñanza y aplicación del conocimiento asimilado de forma intuitiva en el que el aprendiz desarrolla sus capacidades gracias a la acumulación de experiencias.

La intersección entre ambos conceptos es evidente y hacer una delimitación precisa entre un y otro, con respecto al ejercicio de la ilustración en México, resulta demasiado complejo, basta con decir que como tal la ilustración profesional existe. Afortunadamente se pueden hallar ciertas constantes en el ejercicio de ésta profesión, como se señala en el volumen dedicado a la ilustración de la serie biblioteca del diseño: “...el ilustrador profesional trabaja con constantes: un dibujo o una pintura que hay que reproducir; en general trabaja para y con otros y tiene el comercio como forma de vida. Se trata de parámetros con los cuales el profesional debe trabajar y, hayan estudiado o no para ser artistas, diseñadores o ilustradores, solo logran un éxito permanente aquellos que comprenden, respetan y exploran esos límites.”⁷ A ello hay que añadir que el ilustrador no solo reproduce, sino crea y propone imágenes que se convertirán en lecturas visuales.

Pensar en el éxito que como profesional pueda tener un ilustrador es algo que no solo depende de su talento y la calidad de su trabajo, sino además de la manera en que sepa resolver los avatares que plantea el ejercicio de su profesión.

⁷ Biblioteca del Diseño Gráfico, Ilustración I, Naves Internacionales de Ediciones, S.A., pp21.

Administrar su tiempo, establecer contactos, saber negociar y fijar precios y contratos, pagar impuestos, entre otros, son solo algunos de los aspectos que el ilustrador debe conocer para poder gestionar adecuadamente sobre su trabajo ya que de eso dependerá su desarrollo profesional.

En el caso del egresado de la licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, *con orientación en ilustración* que opte por prestar sus servicios dentro de alguna institución, poco se puede gestionar, ya que en este sentido actualmente son escasas las empresas que requieren los servicios especializados de un ilustrador, basta revisar los portales de Internet pertenecientes a firmas especializadas en recursos humanos para darse cuenta de la escasa oferta para ilustradores en la economía formal.

Por el contrario los reclutadores están más interesados en diseñadores poli funcionales capaces de llevar a cabo diversas tareas que no solo involucran las necesidades propias de la comunicación visual o audiovisual sino además aquellas enfocadas a la atención al cliente, la planeación estratégica, la administración, las ventas, entre otras. Actividades todas, sin mayor pago o beneficio que el establecido previamente al momento de la contratación; y en muchas ocasiones se convierten en un tómelo o déjelo.

De tal manera que si parte de un diseño requiere ilustración, existen varias opciones, una de ellas--cada vez menos frecuente--, es que se contrate a un ilustrador para el trabajo, otra es que el diseñador realice además del diseño, la imagen requerida sin más pago que el previamente establecido o bien que se opte por otra solución como la fotografía y en el peor de los casos (pero cada vez más recurrente) que se utilice alguna imagen de Internet.

En la mejor circunstancia, lo que puede esperar el diseñador que ocasionalmente realiza ilustraciones es convertirse en el ilustrador de tiempo completo en la institución a la cual presta sus servicios y renegociar su pago o bien, aspirar a que sus créditos como ilustrador aparezcan como parte del diseño, lo cual sucede con más frecuencia.

En el caso del diseñador y comunicador visual con orientación en ilustración que decide trabajar de manera independiente su desarrollo profesional es un poco diferente, no solo porque tarde o temprano tiene que alternar la ilustración con el diseño sino además porque el factor gestión es sumamente complejo y resulta primordial para alcanzar el éxito.

Una vez resuelto el complicadísimo apartado de conseguir clientes, el principal problema radica en la negociación de honorarios y contratos. ¿Qué tipos de contratos existen?, ¿cuánto se debe cobrar?, ¿qué respaldo legal existe en caso de fraude?, ¿qué impuestos se tienen que pagar? Son solo algunas de las preguntas fundamentales para el ilustrador independiente y deben ser entendidas como partes de un proceso.

Generalmente las editoriales, despachos de diseño y agencias de publicidad elaboran contratos específicos para los servicios que pueden requerir. En el caso de la ilustración, los contratos establecen un tipo de imagen o imágenes finales es decir, los formatos y técnicas en que se ha de entregar la ilustración de término, la fecha de entrega y en ocasiones un plazo límite después del cual el contratante tiene el derecho de cancelar o disminuir el monto total del pago. Por ejemplo un 5% del total acordado por cada día de retraso. En el contrato se establece el uso final de la imagen; si será utilizada en un libro, una página Web, un folleto, o algún otro formato y el contratante se compromete, o no, a utilizar la imagen solo para ese fin, según sea el caso.

Existen cláusulas en las que el autor cede la reproducción de la imagen en cualquier medio, otras como la de exclusividad en la que el ilustrador se compromete a trabajar por un tiempo determinado para un solo cliente, también existe la de cancelación en la que se establecen los motivos que la pueden originar y el pago que amerita.

Además se puede establecer el pago por modificaciones y en algunas ocasiones por bocetos y la aparición de los créditos del ilustrador excepto cuando se trata de empaques.

La institución que regula este tipo de convenios es la Secretaria de Hacienda y Crédito Publico. Y el organismo al que puede acudir el ilustrador para proteger su obra es el IMPI (Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial).

Sobre los honorarios que deben cobrarse, existen diversos criterios para fijar precios y en base a la experiencia personal se sugiere el siguiente modelo con cifras estimadas que pueden servir de plataforma para una gran variedad de soportes en los que se demanda el uso de ilustraciones.

	BLANCO Y NEGRO		COLOR	
PRECIO	MÍNIMO	ALTO	MÍNIMO	ALTO
PORTADAS	5,000.00	10,000.00	6,000.00	20,000.00
PÁGINA COMPLETA	2,000.00	4,000.00	3,000.00	7,000.00
MEDIA PÁGINA	1,500.00	2,000.00	2,500.00	4,500.00
CUARTO DE PÁGINA	1,000.00	1,500.00	2,000.00	4,000.00
VIÑETA O SPOT	400.00	2,000.00	600.00	4,500.00
STORYBOARDS X CUADRO	150.00	200.00	250.00	300.00
POR PÁGINA SENCILLA	400.00	600.00	800.00	2,500.00
POR PÁGINA COMPLEJA	800.00	1,500.00	1,500.00	4,500.00
IMÁGENES PARA INTERNET	200.00	700.00	300.00	6,500.00
VIÑETAS 3D	---	---	1,000.00	10,000.00
INFOGRAFÍAS	1,500.00	4,000.00	2,000.00	20,000.00
BOCETOS	Del 20 al 50 por ciento del costo total			

Precio Alto: NO significa MAXIMO, Tarifas (en pesos), solo funcionales en México como parámetro a una cotización, no se esta considerando IVA., este tabulador no especifica precios de regalías o licencias de uso.

Para complementar el contenido de esta tabla, se han tomado como referencia una serie de elementos que pueden formar parte integral en una cotización para un trabajo en el que se requieran los servicios de un ilustrador.

Puntos a considerar en una cotización:

Justo en el proceso de la negociación con el cliente y antes de definir cualquier cotización habrá que poner atención sobre los siguientes puntos:

¿Para cuanto tiempo se utilizará o cuales usos se le dará a la o las imágenes a realizar? ¿Estará utilizándose durante un mes, un año, o se trata de la imagen de una compañía que se manejará por tiempo indefinido?

Tipos de uso. ¿Donde aparecerá la o las imágenes? ¿En Internet, anuncios espectaculares, anuncios POP, televisión u otros?

Número de ediciones. La publicación, en caso de serlo, ¿constará por ejemplo, de 100 o de 50,000 ejemplares?

Limites geográficos. EL trabajo, ¿será utilizado a nivel local, estatal, nacional o internacional?

Venta del original Si el cliente requiere del trabajo original, esto deberá tener un costo adicional, ya que en gran medida el trabajo del ilustrador consiste en la venta de imágenes para su reproducción y es derecho del creador, el conservar las obras de su autoría.

Costos adicionales. Para una retribución exitosa es necesario tomar en cuenta toda inversión necesaria en el proceso de producción de la o las imágenes requeridas por un cliente. Esto puede ser:

Bocetos

Mensajeros

Modelos

Pruebas de color u otros

Medios de almacenamiento.

Películas fotográficas

Trabajo en otro lugar diferente al usual

Traslado de equipo

Gastos legales

A propósito, una reflexión tomada directamente de la fuente citada es la siguiente: *“Utilice su sentido común, pregunte por el presupuesto, recuerde que toda diferencia se cobra, usted no es superman, ni hermana de la caridad, tome en cuenta sus gastos diarios, la gente que depende de usted, las metas a corto plazo que pretende alcanzar y que son la base de las metas a largo plazo a las que se dirige, tome en cuenta que si a usted le publican su trabajo es porque su imagen vale tanto como la de cualquier otro, si no ¿para que la publicarían?, sea amable, el cliente NO es su amigo, pero TAMPOCO su enemigo, no le haga favores, cóbreselos, y por favor, si no usa contratos, al menos utilice notas de pedido haga que las firme su cliente o no acepte la comisión aprenda a decir que NO.”*⁸

Debe recordarse que el alumno con orientación en ilustración es ante todo un diseñador y comunicador visual y que la ilustración como tal, es una actividad de bajo reconocimiento social.

A pesar de la evidente presencia de ilustraciones en medios impresos, electrónicos y audiovisuales, la falta de elementos contundentes— a pesar del valor de los argumentos— para regular este mercado en favor de sus creadores, dificulta el posicionamiento de esta actividad en el ámbito de las profesiones socialmente reconocidas; esta situación tiene un gran impacto en los salarios profesionales que afecta a las diferentes ramas del Diseño Gráfico, Las Artes Visuales, El Diseño y La Comunicación Visual y por ende a La Ilustración.

A continuación se muestra parte de un estudio estadístico acerca de salarios profesionales en México⁹, cuyos datos fueron extraídos de La Encuesta Nacional de Empleo Urbano (ENEU) que trimestralmente levanta el INEGI. En este caso la muestra fue tomada a 500,000 profesionistas entre 1996 y 99, lo que permite un acercamiento de la presente situación laboral para dos grupos de carreras: Artes Plásticas y Diseño Gráfico que como ya se abordó en el primer apartado de este capítulo comprenden a los dos principales grupos de profesionales de la ilustración en México.

Para el momento en que se realizó el estudio se estimaba un crecimiento porcentual anualizado del 3.7 por ciento en la economía a nivel nacional¹⁰; entre 2004 y 2010 la economía mexicana tuvo un crecimiento real anualizado de alrededor del 4.5 por ciento, según cifras oficiales.

⁸ Puntos a tomar en una cotización, Ilustración México. www.ilustracionmexico.com.mx.

⁹ Mesa Liliana, Ontiveiros Manuel, *Salarios Profesionales. Una guía para la elección de carrera*, Tanvir ediciones, México, 2001 1ª edición, pp13.

¹⁰ Ramales Osorio Martín Carlos, *Apertura comercial y crecimiento económico. El impacto del TLCAN sobre México*, www.eumed.net.

TABLA 1.1 Medias salariales, coeficientes de variación y porcentajes, nacionales por sexo

CARRERA	MUJERES MEDIA	VARIACIÓN	%	HOMBRES MEDIA	VARIACIÓN	%
DISEÑO GRÁFICO	\$ 4,893	0.93	1.78	\$6,641	0.93	1.04
ARTES PLÁSTICAS	\$ 6,419	1.03	0.26	\$4,185	0.63	0.24

Significado de las abreviaturas utilizadas en la tabla 1.2

- M.M* Mandos Medios (ocupan puestos intermedios en oficinas)
Ofi Oficinistas (trabajan en oficinas públicas o privadas)
Tec Técnicos (realizan labores que involucran conocimiento de maquinaria)
Dir Directivos y Administradores (ocupan puestos directivos en empresas)
TEd Trabajadores de la Educación (se dedican a la docencia a cualquier nivel)
ADE Arte, Deportes y Entretenimiento (trabajan en alguna de estas áreas)

TABLA 1.2 Ocupaciones más frecuentes por carrera a nivel nacional

CARRERA	1ª OCUP-0%	2ª OCUP-0%	3ª OCUP-0%	4ª OCUP-0%	5ª OCUP-0%
ARTES PLÁSTICAS	<i>ADE</i> - 61.0	<i>TEd</i> - 14.5	<i>Ofi</i> - 10.0	<i>M.M</i> - 5.7	<i>Dir</i> - 3.2
DISEÑO GRÁFICO	<i>ADE</i> - 44.4	<i>Dir</i> - 11.9	<i>Ofi</i> - 9.1	<i>M.M</i> - 6.7	<i>Tec</i> - 6.2

TABLA 1.3 Ingreso medio por grupos de edad, a nivel nacional

CARRERA	21-30 años	31-40 años	41-50 años	51-60 años	61-70 años
ARTES PLÁSTICAS	\$3,592	\$5,899	\$5,429	\$5,523	\$3,3361
DISEÑO GRÁFICO	\$4,688	\$7,684	\$6,022	\$8,120	\$8,780

TABLA 1.4 Desempleo, porcentaje en la economía informal y porcentaje sin prestaciones

CARRERA	% DESEMPLEO	% INFORMAL	% SIN PRESTACIONES
ARTES PLÁSTICAS	3.20	11.84	47.48
DISEÑO GRÁFICO	3.22	5.63	31.96

Conceptos utilizados en la tabla 1.4

Desempleado: persona que declara no haber laborado la semana anterior a la encuesta y que está buscando trabajo.

Trabajador de la economía informal: aquella persona que dice trabajar a sueldo, comisión, porcentaje, o sin pago para una empresa que no tiene nombre y/o ningún tipo de registro y al que dice ser patrón, contratista o trabajador por cuenta propia, en negocios sin nombre y/o registro.

Trabajador sin prestaciones: aquel que declara no contar con servicios de seguridad social provistos por el IMSS o ISSSTE.

TABLA I.5 Ciudades donde se percibe mejor salario

MUJERES			HOMBRES		
CIUDAD	MEDIA \$	VARIACIÓN	CIUDAD	MEDIA \$	VARIACIÓN
TUXTLA G.	9,292	0.94	MONCLOVA	31,494	0.64
CUERNAVACA	8,990	1.08	MÉRIDA	10,833	0.46
LA PAZ	7,528	0.57	OAXACA	9,271	0.13
TOLUCA	6,971	0.70	CANCÚN	8,365	0.62
MÉRIDA	6,655	0.41	TOLUCA	7,870	0.36
MORELIA	5,919	0.11	CELAYA	7,573	1.27
CANCÚN	5,349	0.36	MATAMOROS	7,219	0.56
D.F.	5,260	0.99	D.F.	7,213	0.92
OAXACA	4,829	0.43	IRAPUATO	7,190	0.73
QUERÉTARO	4,781	0.83	C. CARMEN	7,072	0.42
Promedio Nal.	4,893	0.93		6,641	0.93

La presente relación de datos estadísticos es reveladora para entender el lugar que en la esfera social ocupan actualmente profesiones como El Diseño y la Comunicación Visual y La ilustración a nivel nacional. En el ámbito económico tales cifras sirven como referente para sus posibles proyecciones.

Hasta ahora, en términos generales se ha expuesto el panorama de la Ilustración como profesión universitaria, sus límites y contradicciones en el escenario nacional. El propósito de este primer capítulo ha sido precisamente establecer el marco contextual en el que se desarrolla el alumno de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual *con orientación en ilustración*, desde su etapa formativa en la ENAP y una vez fuera de la institución. En capítulos posteriores se pretende estimar la relación que guardan alumno e institución educativa con respecto a este mismo contexto.



II

LA ENAP EN LA FORMACIÓN DE ILUSTRADORES

2.1 Perfil de los ilustradores de la ENAP antes del Diseño y la Comunicación Visual.

En el año 2001 se publicó el libro: “Los actores desconocidos. Una aproximación al conocimiento de los estudiantes.”¹¹ De cuya valiosa información se han tomado una serie de datos estadísticos con el fin de poder, en primera instancia, sugerir un perfil del estudiante universitario promedio, particularmente de instituciones públicas como la UNAM, y posteriormente el perfil de egreso del estudiante de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual *con orientación en ilustración*.

Saber quiénes son y qué hacen los estudiantes, dentro y fuera de los planteles, es el principal cometido de los párrafos siguientes.

Por principio de cuentas hay que mencionar que en La UNAM la mayor parte de la población estudiantil pertenece a la clase media, aunque también proviene de la clase baja y alta, estas últimas con sus respectivas subdivisiones. Así que al mencionar al alumno de La UNAM se está haciendo referencia de un amplio mosaico social y cultural.

¹¹ Garay Sánchez Adrián de, *Los actores desconocidos: una aproximación al conocimiento de los estudiantes*, Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, México 2001.

En el estudio citado anteriormente se han publicado una lista de datos estadísticos (año 2000) que exponen el origen y situación social de los estudiantes en instituciones públicas y privadas a nivel universitario, tales tópicos se hayan sintetizados en los siguientes cuadros:

1. EDAD. Edad de los alumnos a nivel nacional. Edad según tipo de institución educativa. Edades promedio en el Distrito Federal.

AÑOS DE EDAD	UNIVERSIDADES PÚBLICAS	TECNOLÓGICOS PÚBLICOS	INSTITUCIONES PARTICULARES	TOTAL GENERAL	DF	TOTAL GENERAL
17 A 19 ABS. %	1621 26.0	391 27.9	705 32.6	2717 27.7	430 15.2	2838 15.2
20 A 24 ABS. %	3848 61.6	909 64.8	1321 61.1	6078 62.0	1976 69.6	2838 69.6
25 O MÁS. ABS. %	777 12.4	102 7.3	136 6.3	1015 10.3	432 15.2	2838 15.2
TOTAL ABS. %	6246 100	1402 100	2162 100	9810 100	2838 100	2838 100
EDAD PROMEDIO	21.54	21.05	20.9	21.33	22.11	22.11

2. ESTADO CIVIL. Estado civil de los alumnos a nivel nacional. Estado civil según tipo de institución educativa. Promedio en el Distrito Federal.

ESTADO CIVIL	UNIVERSIDADES PÚBLICAS	TECNOLÓGICOS PÚBLICOS	INSTITUCIONES PARTICULARES	TOTAL GENERAL	DF	TOTAL GENERAL
SOLTERO ABS. %	5880 94.2	1324 94.4	2097 96.2	9283 94.6	2667 94.0	2837 94.0
CASADO ABS. %	268 4.3	63 4.5	61 2.8	392 4.0	111 3.9	2837 3.9
DIVORCIADO ABS. %	33 0.5	7 0.5	5 0.2	45 0.5	19 0.7	2837 0.7
UNIÓN LIBRE ABS. %	59 0.9	9 0.6	17 0.8	85 0.9	35 1.2	2837 1.2
OTRO ABS. %	5 0.1	0 0.0	0 0.0	5 0.1	5 0.2	2837 0.2
TOTAL ABS. %	6245 100	1403 100	2162 100	9810 100	2837 100	2837 100

3. HIJOS. Alumnos que tienen hijos. Tipo de institución educativa. Promedio en el Distrito Federal.

NÚMERO DE HIJOS	UNIVERSIDADES PÚBLICAS	TECNOLÓGICOS PÚBLICOS	INSTITUCIONES PARTICULARES	TOTAL GENERAL	DF	TOTAL GENERAL
NO TIENE ABS. %	5929 94.9	1330 94.8	2090 96.7	9349 95.3	2702 95.2	2838 95.2
1 HIJO ABS. %	216 3.5	57 4.1	44 2.0	317 3.2	94 3.3	2838 3.3
2 HIJOS ABS. %	63 1.0	13 0.9	17 0.8	93 0.9	27 1.0	2838 1.0
3 HIJOS ABS. %	30 0.5	3 0.2	10 0.5	43 0.4	13 0.5	2838 0.5
4 HIJOS ABS. %	7 0.1	0.0	1 0.0	8 0.1	1 0.0	2838 0.0
5 HIJOS ABS. %	1 0.02	0.0	0.0	1 0.0	1 0.0	2838 0.0
TOTAL ABS. %	6246 100	1403 100	2162 100	9811 100	2838 100	2838 100

4. CONDICION LABORAL. Alumnos que trabajan. Tipo de institución educativa. Promedio en el Distrito Federal.

TRABAJAN	UNIVERSIDADES PÚBLICAS	TECNOLÓGICOS PÚBLICOS	INSTITUCIONES PARTICULARES	TOTAL GENERAL	DF	TOTAL GENERAL
SI ABS. %	4170 66.8	941 67.1	1578 73.1	6689 68.2	1890 66.6	2838 66.6
NO ABS. %	2075 33.2	462 32.9	581 26.9	3118 31.8	948 33.4	2838 33.4
TOTAL ABS. %	3245 100	1403 100	2159 100	9807 100	2838 100	2838 100

5. NÚMERO DE HORAS TRABAJADAS POR SEMANA. Alumnos que trabajan. Tipo de institución educativa. Promedio en el Distrito Federal.

TRABAJAN	UNIVERSIDADES PÚBLICAS	TECNOLÓGICOS PÚBLICOS	INSTITUCIONES PARTICULARES	TOTAL GENERAL	DF	TOTAL GENERAL
MENOS DE 10 HRS. ABS. %	636 30.8	143 31.2	187 32.4	966 31.1	275 29.2	943 29.2
DE 11 A 20 HRS. ABS. %	637 30.8	118 25.8	213 36.9	968 31.2	317 33.6	943 33.6
DE 21 A 40 HRS. ABS. %	795 38.4	197 43.0	178 30.8	1170 37.7	251 37.2	943 37.2
TOTAL ABS. %	2068 100	458 100	578 100	3104 100	943 100	943 100

6. EMPLEO RELACIONADO CON SUS ESTUDIOS. Realizan actividades relacionadas a sus estudios. Tipo de institución educativa. Promedio en el Distrito Federal.

RELACIONADO	UNIVERSIDADES PÚBLICAS	TECNOLÓGICOS PÚBLICOS	INSTITUCIONES PARTICULARES	TOTAL GENERAL	DF	TOTAL GENERAL
SI ABS. %	1009 49.0	239 52.4	405 70.9	1653 53.6	409 43.3	935 43.3
NO ABS. %	1049 51.0	217 47.6	166 29.1	1432 46.4	576 56.3	935 56.3
TOTAL ABS. %	2058 100	456 100	571 100	3085 100	935 100	935 100

7. DEPENDIENTES ECONÓMICOS. Tienen o no dependientes económicos. Tipo de institución educativa. Promedio en el Distrito Federal.

DEPENDIENTES	UNIVERSIDADES PÚBLICAS	TECNOLÓGICOS PÚBLICOS	INSTITUCIONES PARTICULARES	TOTAL GENERAL	DF	TOTAL GENERAL
SI ABS. %	932 15.0	229 16.7	251 11.9	1412 14.6	473 16.9	2802 16.9
NO ABS. %	5264 85.0	1146 83.3	1865 88.1	8275 85.4	2329 83.1	2802 83.1
TOTAL ABS. %	6196 100	1357 100	2116 100	9687 100	2802 100	2802 100

8. RECURSOS ECONÓMICOS. Recursos económicos para apoyar el desarrollo académico de los estudiantes. Tipo de institución educativa. Promedio en el Distrito Federal.

RECURSOS	UNIVERSIDADES PÚBLICAS	TECNOLÓGICOS PÚBLICOS	INSTITUCIONES PARTICULARES	TOTAL GENERAL	DF	TOTAL GENERAL
EXCELENTES						
ABS.	796	166	611	1546	431	2834
%	12.3	11.9	28.3	15.8	15.2	15.2
SUFICIENTES						
ABS.	4486	1021	1393	6900	2047	2834
%	71.9	73.0	64.8	70.4	72.2	72.2
INSUFICIENTES						
ABS.	986	211	156	1353	356	2834
%	15.8	15.1	7.2	13.8	12.6	12.6
TOTAL						
ABS.	6241	1398	2160	9799	2834	2834
%	100	100	100	100	100	100

9. TRAYECTORIA ESCOLAR PREVIA. Trayectoria escolar de los alumnos antes de entrar a la universidad. Tipo de institución educativa.

TRAYECTORIA	UNIVERSIDADES PÚBLICAS	TECNOLÓGICOS PÚBLICOS	INSTITUCIONES PARTICULARES	TOTAL GENERAL
PÚBLICA				
ABS.	4241	1027	370	5678
%	68.0	73.3	17.1	57.5
PRIVADA				
ABS.	551	83	1235	1869
%	8.8	5.9	57.2	19.1
MIXTA				
ABS.	1445	291	556	2292
%	23.2	20.8	25.7	23.4
TOTAL				
ABS.	6237	1401	2161	9799
%	100	100	100	100

Los datos anteriores sirven como referencia para aproximarse a las características de los estudiantes universitarios en general y particularmente de aquellos que pertenecen a instituciones públicas como es el caso de la UNAM. Según las cifras expuestas, la edad intermedia de esta parte de la muestra se halla alrededor de los 21 años; pensando que las licenciaturas de La UNAM tienen una duración aproximada de entre 4 y 5 años, el alumno ingresa alrededor de los 19 y egresa aproximadamente a los 23 años.

A nivel profesional, los datos indican, que la gran mayoría de los estudiantes permanecen solteros a lo largo de toda su formación, no tienen hijos ni dependientes económicos; lo que resulta interesante, ya que según cifras del INEGI (2000) el

promedio de edad en que los jóvenes mexicanos forman pareja (casados o unión libre) es alrededor de los 19 años (esto sitúa al estudiante universitario en un grupo reducido cuyas expectativas de vida distan mucho a las del resto de sus similares a nivel nacional)

Por otra parte casi un tercio de los estudiantes universitarios, en México, ha trabajado durante toda o parte de la licenciatura para solventar sus gastos educativos, familiares o personales, en forma total o parcial. Y aunque para tres cuartas partes de esta población, el apoyo económico destinado a sus estudios resulta suficiente, la porción que estudia y labora, hace esta última actividad hasta por 43 horas a la semana y en más de la mitad de los casos realizando actividades no relacionadas con su formación.

Como se puede notar esto repercute en el tiempo que tardan en concluir una licenciatura o equivalente, con respecto a los estudiantes de instituciones privadas, ya que estos últimos a simple vista dedican más tiempo a sus actividades académicas, lo hacen de manera continua desde que ingresan a los primeros niveles educativos y hasta que concluyen sus estudios profesionales.

De igual relevancia es el hecho de que alrededor del 68 por ciento de los estudiantes que cursan la universidad en instituciones públicas han llevado una trayectoria similar en los demás grados de escolaridad lo que hace evidente la poca movilidad social de los alumnos de la UNAM durante su paso por la institución. En el mismo estudio existen otra serie de datos igualmente relevantes, que tienen que ver directamente con los recursos tecnológicos con que en su momento contaban los alumnos que participaron en la muestra (1998-2000).

Por ejemplo en el cuadro 9 se da detalle de aquellos alumnos que disponían de equipo de cómputo en casa; como se puede observar no se especifican las características de tales equipos es decir, si estos fueran óptimos para la práctica del Diseño y la Comunicación Visual.

Así mismo en el cuadro siguiente 9.1 se menciona si tales equipos cuentan con unidad de CD-ROM; lo cual resulta un tanto obsoleto hoy en día si se toma en cuenta la variedad de dispositivos de almacenamiento existentes en el mercado.

En los cuadros 10 y 11 se pueden notar las cifras con respecto a los alumnos que tenían una impresora e Internet en casa; nuevamente dado el momento en que se tomo la muestra es lógico pensar que estas cifras se hayan modificado significativamente debido al exponencial crecimiento de los medios electrónicos; la apari-

ción de los dispositivos móviles, las redes inalámbricas y en general la creciente oferta tecnológica.

En este sentido la disposición de recursos resulta clave para entender las diferencias entre los egresados de las licenciaturas en Diseño Gráfico y Comunicación Gráfica en relación a sus pares de La Licenciatura. en Diseño y Comunicación Visual. Siendo estos últimos diseñadores casi totalmente digitales ya que en el caso de la ilustración aun no existe la tecnología que remplace por completo a las técnicas tradicionales utilizadas en la creación de imágenes.

De igual interés es la disponibilidad de elementos convencionales como escritorio, mesa o restirador, y aunque el estudio no muestra detalles al respecto, en la tabla 13 se plantea una idea general al respecto.

10. EQUIPO DE CÓMPUTO. Alumnos que tienen equipo de cómputo en casa. Tipo de institución educativa. Promedio en el Distrito Federal.

COMPUTADORA EN CASA	UNIVERSIDADES PÚBLICAS	TECNOLÓGICOS PÚBLICOS	INSTITUCIONES PARTICULARES	TOTAL GENERAL	DF	TOTAL GENERAL
SI						
<i>Abs.</i>	2718	711	1745	5174	1636	2838
<i>%</i>	43.5	50.7	80.7	52.7	57.6	57.6
NO						
<i>Abs.</i>	3528	692	417	4637	1202	2838
<i>%</i>	56.5	49.3	19.3	47.3	42.4	42.4
TOTAL						
<i>Abs.</i>	6246	1403	2162	9811	2838	2838
<i>%</i>	100	100	100	100	100	100

10.1 Alumnos que cuentan con unidad de CD-ROM. Tipo de institución educativa. Promedio en el Distrito Federal.

CD-ROM	UNIVERSIDADES PÚBLICAS	TECNOLÓGICOS PÚBLICOS	INSTITUCIONES PARTICULARES	TOTAL GENERAL	DF	TOTAL GENERAL
SI						
<i>ABS.</i>	1963	465	1302	3460	1060	1636
<i>%</i>	62.3	65.4	74.6	66.9	64.8	64.8
NO						
<i>ABS.</i>	1025	246	443	1714	576	1636
<i>%</i>	37.7	34.6	25.4	33.1	35.2	35.2
TOTAL						
<i>ABS.</i>	2718	711	1745	5174	1636	1636
<i>%</i>	100	100	100	100	100	100

11. INTERNET. Alumnos que cuentan con internet en casa. Tipo de institución educativa. Promedio en el Distrito Federal.

	UNIVERSIDADES PÚBLICAS	TECNOLÓGICOS PÚBLICOS	INSTITUCIONES PARTICULARES	TOTAL GENERAL	DF	TOTAL GENERAL
SI ABS. %	872 32.1	241 33.9	866 49.6	1929 38.2	676 41.3	1636 41.3
NO ABS. %	1846 67.9	470 66.1	879 50.4	3195 61.8	960 58.7	1636 58.7
TOTAL ABS. %	2718 100	711 100	1745 100	5174 100	1636 100	1636 100

12. IMPRESORA. Alumnos que cuentan con impresora en casa. Tipo de institución educativa. Promedio en el Distrito Federal.

	UNIVERSIDADES PÚBLICAS	TECNOLÓGICOS PÚBLICOS	INSTITUCIONES PARTICULARES	TOTAL GENERAL	DF	TOTAL GENERAL
SI ABS. %	2288 84.2	588 82.7	1597 91.5	4473 86.5	1435 87.7	1636 87.7
NO ABS. %	430 15.8	123 17.3	148 8.5	701 13.5	201 12.3	1636 12.3
TOTAL ABS. %	2718 100	711 100	1745 100	5174 100	1636 100	1636 100

13. OTROS. Alumnos que cuentan con escritorio, mesa o restirador en casa. Tipo de institución educativa. Promedio en el Distrito Federal.

	UNIVERSIDADES PÚBLICAS	TECNOLÓGICOS PÚBLICOS	INSTITUCIONES PARTICULARES	TOTAL GENERAL	DF	TOTAL GENERAL
SI ABS. %	5122 82.0	1185 84.5	1969 91.1	8276 84.4	2401 84.6	2838 84.6
NO ABS. %	1124 18.0	218 15.5	193 8.9	1535 15.6	437 15.4	2838 15.4
TOTAL ABS. %	6242 100	1403 100	2162 100	9811 100	2838 100	2838 100

Como se puede notar, la muestra ofrece una interesante variedad de datos a nivel social y cultural; la disposición de recursos, en este caso tecnológicos, es el elemento fundamental que ha determinado la diferencia entre los ilustradores que preceden al Diseño y la Comunicación Visual y los egresados de la orientación profesional en ilustración dentro de esta disciplina. Sin embargo, no se puede comparar el éxito alcanzado por algunos egresados de licenciaturas aún más antiguas que Diseño Gráfico y Comunicación Gráfica con respecto de sus pares de la orientación profesional en ilustración; en gran medida a causa del decremento en la demanda de esta actividad a nivel profesional.

La disposición inmediata de recursos plásticos y tecnológicos fue también determinante para el desarrollo de los ilustradores en la etapa que antecede la aparición de La Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual; la riqueza estética y conceptual de las imágenes producidas en esta época marca la diferencia; en esta etapa la imagen no solo significó una representación gráfica de la realidad, sino que además llevaba implícito un importante valor social y por ende comunicativo. Sus referentes inmediatos provenían en gran medida de la cultura popular de la cual tomaban elementos simbólicos que caracterizaban su identidad. La aparición de tecnología específica para la creación de imágenes como elementos gráficos dentro del diseño, ha ocasionado una disminución en el uso de las técnicas tradicionales de la ilustración, así como también la evolución en los sistemas de impresión para su reproducción. Es evidente que la ilustración continúa siendo parte fundamental en el diseño gráfico, sin embargo no es altamente demandada como actividad exclusiva.

En su etapa evolutiva como parte del Diseño y La Comunicación Visual, la ilustración no solo está presente en los medios impresos (en los que interviene como imagen fija) sino que además resulta indispensable para el discurso narrativo de la imagen en movimiento, específicamente en la animación.

Otra notable diferencia entre los ilustradores de La Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual y sus antecesores, es que estos últimos han sido--en buena parte--los propios creadores de su espacio laboral a diferencia de que hoy en día, la mayoría de los egresados de La Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual *con orientación en ilustración*, tratan de ser absorbidos por la insipiente oferta del mercado laboral; apenas un 6.6 por ciento del total de actividades dentro del diseño corresponde a la ilustración, según una encuesta publicada en el mes de enero de 2011 por la revista Neopixel ¹².

¹² Sepúlveda Gerardo, *Sueldos y oportunidades laborales de los diseñadores (y creativos) en México*. Neopixel, Revista de diseño y artes creativas, México, 29 de Enero de 2011, <http://www.neopixel.com.mx>

Ante estos contrastes, es muy importante para las recientes generaciones de ilustradores, egresados de La ENAP, identificar plenamente sus áreas de oportunidad a decir de la implementación tecnológica en el campo del Diseño y La Comunicación Visual así como las necesidades inmediatas planteadas por el mercado ocupacional de las profesiones. Todo suscrito en un marco económico que les permita insertarse y crear nichos favorables para su desarrollo.

2.2 La aparición de la licenciatura en Diseño y Comunicación Visual en la ENAP

2.2.1 Origen

Como práctica profesional contemporánea, el referente más notorio en la enseñanza de la comunicación visual en México y en La Escuela Nacional de Artes Plásticas, se remonta al año de 1929 en La Academia de San Carlos cuando, siendo entonces director el maestro Diego Rivera, dan inicio los Cursos Nocturnos de Carteles y Letras para Obreros.

Posteriormente, en 1959, se establece la carrera técnica en Dibujante Publicitario misma que para el año de 1968 ha de convertirse en licenciatura; le preceden la aparición de las licenciaturas en Comunicación Gráfica y Diseño Gráfico respectivamente, cuyos planes de estudio fueron aprobados en 1974.

Finalmente, en vísperas de la huelga estudiantil de 1998, durante la administración del rector Dr. Francisco Barnés De Castro; en reunión celebrada el 4 de marzo de ese año se aprueba en sesión de los consejos académicos La Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, pretendiendo se pusiera en marcha para el mes de agosto. Sin embargo no sería hasta principios de 1999 que formalmente dan inicio los cursos para la primera generación de ingreso a esta licenciatura. El reto inmediato para los recién ingresados consistió en acoplarse, junto con sus profesores, al inédito plan de estudios que entre otras cosas suponía la integración de las dos disciplinas precedentes: Comunicación Gráfica y Diseño Gráfico.

2.2.2 Objetivos académicos

Se pretendía dar una respuesta educativa ante los cambios emergentes en la producción de mensajes, principalmente visuales; así como su evidente difusión y reproducción ante la aparición de nuevas tecnologías en la naciente era de la información.

Se identifica así, un campo del conocimiento diferente al del Diseño Gráfico y La Comunicación Gráfica al que se denomina como Diseño y Comunicación Visual cuya principal característica será la aportación tecnológica a los mensajes audiovisuales; un ámbito del saber que podría definirse como la convergencia de estrategias, instrumentos, procedimientos, técnicas y recursos del pensamiento para el diseño, producción y difusión de mensajes en los que interviene principalmente la percepción visual; y en menor grado relacionado a la capacidad auditiva y táctil de la percepción como elementos de la comunicación humana. Para este cometido, en La Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual se aplicaría un esquema curricular basado en tres niveles, con una duración de 9 semestres siendo la orientación profesional su sello distintivo.

NIVEL BÁSICO	NIVEL PROFESIONAL Orientaciones profesionales/ ilustración	NIVEL CONCLUSIVO
Duración de 4 semestres (I-IV) 38 asignaturas obligatorias (122 créditos totales)	Duración de 4 semestres (V-VII) 24 asignaturas obligatorias 8 asignaturas optativas (188 créditos totales)	Duración de 1 semestre (IX) 3 asignaturas obligatorias (19 créditos totales)
Aprobación de cursos extracurriculares para un total de 310 créditos al final de la licenciatura.		

2.2.3 El porqué de las orientaciones

No ha quedado esclarecido qué motivó la segmentación de este campo en 5 orientaciones profesionales – Audiovisual y Multimedia, Diseño Editorial, Fotografía, Ilustración, Simbología y Diseño en Soportes Tridimensionales – correspondientes a diversas áreas del diseño, es más, aun no queda bien establecido el carácter profesional de estas orientaciones.

El Diseño y Comunicación Visual, como nuevo campo de interacción entre el diseño y la comunicación gráfica, supone una actividad global en la que – por su grado de sofisticación – convergen diversos especialistas en la creación de mensajes audiovisuales. Tales actores están capacitados para resolver, desde la particularidad de su disciplina, la diversidad de requerimientos de interacción visual y audiovisual de una sociedad heterogénea ante la proliferación tecnológica en la era de la información. En consideración a este contexto la respuesta educativa por parte de La ENAP ha sido la formación de una variedad de profesionales aptos para satisfacer los nuevos desafíos de comunicación desde enfoques particulares.

2.2.4 El perfil de egreso para los diseñadores-ilustradores.

En el caso de la orientación profesional en ilustración, el egresado deberá ser un profesional del Diseño y La Comunicación Visual capaz de resolver los retos que le plantea la creación de imágenes, mediante el uso de la tecnología y los recursos plásticos a su alcance. La imaginación es su principal herramienta intelectual que junto con la síntesis han de permitirle la materialización de sus ideas. Es fundamentalmente un creativo, un realizador de conceptos cuyo esfuerzo estará encaminado a satisfacer diferentes necesidades de comunicación dentro de la industria editorial (en sus diversos géneros), la publicidad y los medios electrónicos.

En correspondencia con la parte teórica de su educación, el alumno de esta orientación profesional, tiene la capacidad de participar en el ámbito científico a través de la investigación iconográfica, desde la parte histórica hasta sus aspectos técnico formales. Es posible que participe junto con ingenieros, arquitectos, diseñadores industriales, museógrafos, escenógrafos, cineastas, fotógrafos, videoastas, y otros profesionales, de manera interdisciplinaria en procesos creativos en los que se requiera la creación de imágenes y mensajes visuales, así como también la propuesta de soportes y materiales para su reproducción.

2.3 Cualidades conclusivas y de egreso de los ex-alumnos de DCV.

2.3.1 Nivel académico

El Licenciado en Diseño y Comunicación Visual es un egresado universitario cuya formación humanista se vincula al ejercicio práctico del diseño gráfico, la comunicación visual y el estudio de las artes plásticas.

Es capaz de relacionar la información teórica con el ejercicio práctico, habilitándose en el estudio y la solución de problemas específicos para proponer, dirigir y producir procesos de comunicación con gran capacidad creativa y un amplio grado de responsabilidad social.

Como profesionista tiene la capacidad para coordinar los recursos humanos necesarios para la producción de imágenes que se aplican a los diversos medios de comunicación como pueden ser: medios impresos (periódicos, revistas, libros, carteles, entre otros.) y medios electrónicos (televisión, cine, medios audiovisuales e Internet.)

2.3.2 Habilidades técnicas

En el aspecto técnico, tendrá el conocimiento, capacidades y habilidades necesarias para estructurar, elaborar y controlar los elementos indispensables para la creación de mensajes en planos bidimensionales y tridimensionales dentro del área respectiva de su formación profesional.

Está capacitado para hacer uso de los recursos tradicionales del diseño gráfico así como de las nuevas tecnologías utilizadas en la creación, producción y difusión de mensajes audiovisuales.

Su bagaje de conocimientos en los sistemas de impresión resulta indispensable para la materialización de sus conceptos en productos de diseño, igualmente que el repertorio de sus competencias laborales es fundamental para su desarrollo profesional.

2.3.3 Área específica de desarrollo

Puede desarrollarse igualmente en los sectores de bienes y servicios, en el ámbito público o privado; integrado en grupos de trabajo o de manera independiente freelance.

Su actividad profesional es requerida por diversas instituciones gubernamentales que manejen departamentos de comunicación. Sectores especializados como despachos de diseño y publicidad así como proveedores de servicios de Internet.

Es demandado en el ámbito científico, cultural y educativo a través de institutos de investigación, centros de enseñanza, foros de espectáculos, casas de cultura, museos y galerías, así como también por la industria del entretenimiento.

Sus principales actividades están orientadas al diseño y elaboración de planos, esquemas y gráficas para la representación de información. Diseño de carteles, folletos, volantes y catálogos para la difusión y promoción de productos y servicios. Elaboración y procesamiento de materiales para la producción editorial. Creación y aplicación de sistemas de identificación institucional o empresarial como lo son: logotipos, marcas comerciales, simbología y artículos promocionales para eventos. Diseño y aplicación de señalización interna o de tránsito. Realización y supervisión en la producción de ilustraciones, audiovisuales y fotografías de carácter científico, comercial, didáctico, cultural y artístico. Diseño y producción de ambientaciones promocionales tridimensionales, stands, escenografías y museografías. Diseño gráfico aplicado a envase y embalaje, así como también el

ejercicio docente en las áreas de Diseño Gráfico, Diseño y Comunicación Visual, Comunicación y Artes Plásticas.

2.3.4 Actitud (el mexicano promedio frente al trabajo)

Resulta indispensable la actitud del Licenciado en Diseño y Comunicación Visual con *orientación en ilustración* frente a su realidad inmediata, una vez que abandona la institución educativa. La manera en que aborde esta realidad es determinante para el nivel de éxito en su desempeño como profesional.

En consecuencia, resulta conveniente hacer mención de aquellas cualidades, actitudes y defectos, que en términos generales, el mexicano suele presentar en el ámbito laboral así como las causas que lo determinan.

En tal ejercicio se busca extrapolar estas características al alumno de La ENAP, como conjunto, a fin de llevar a cabo reflexiones que permitan una aproximación hacia los rasgos esenciales de su personalidad y el impacto que esto pudiera tener en su desarrollo profesional.

De entre los cuatro tipos de mexicano: obediente afiliativo, activamente autoafirmativo, mexicano de control interno activo y el mexicano de control externo pasivo. Según el Doctor Díaz Guerrero (en su libro "Psicología del Mexicano"),¹³ el tipo más común de individuo que podemos encontrar en el país es el obediente afiliativo es decir, un sujeto pasivo, indiferente y sumiso al que no le gusta tomar la iniciativa debido a un ancestral temor al rechazo. En cambio prefiere obedecer sin pensar, relega sus decisiones a otros, se muestra servil, y es condescendiente y receloso con las figuras de autoridad. Según esta generalidad, existe la percepción de que al mexicano le disgusta trabajar al grado de entender ésta actividad como un castigo o sacrificio y no como una expresión creativa, como medio de satisfacción a sus necesidades de subsistencia.

Sin importar el puesto que pueda llegar a ocupar y las diferentes funciones o actividades que un egresado desempeñe durante su desarrollo profesional, saber obedecer órdenes y dirigir procesos de trabajo, resulta fundamental para el trabajo en equipo.

De esta forma se pueden identificar esencialmente tres roles, con los que puede interactuar o identificarse un egresado en ámbito laboral. Siendo jefe, subordinado o compañero es como el profesional del Diseño y la Comunicación Visual ha de for-

¹³ Díaz Guerrero Rogelio, *Psicología del mexicano*, Ed. Trillas, México, 1982.

mar parte en procesos creativos que involucren la creación de mensajes visuales. Las diferencias conductuales en cada uno de estos roles, pueden ser la síntesis de la educación (familiar y escolar), las experiencias de vida e incluso resultado del desarrollo histórico y político del país; en el entendido de que el establecimiento y la relación con los modelos de autoridad, se gesta desde el ceno del hogar y es posible que se repita en el ejercicio de poder de las clases dominantes.

Para tener un acercamiento de estos patrones y los retos que cada uno presenta se hará hincapié en aquellas características que pueden dificultar el alcance de los objetivos laborales dentro de los grupos de trabajo.

El jefe. Dentro sus características negativas más importantes, está presente el autoritarismo, el miedo y la desconfianza. En la familia mexicana actual, el padre continúa siendo la principal figura de autoridad, aporta la mayor cantidad de dinero y es la cabeza que toma las decisiones importantes. Al igual que la madre, es denominado como el jefe, sobre todo en los estratos de la clase media y baja.¹⁴

Llevado al ámbito laboral esto suele generar el llamado infantilismo es decir, una conducta suspicaz hacia los subordinados. El jefe en aras de mantener una dependencia, que le favorezca, limita el poder de decisión en sus sub alternos, acota su iniciativa y reprime la creatividad. En muchas empresas mexicanas existe un alto grado de centralización del poder, de la información y de la toma de decisiones, ya que se desconfía de las capacidades de las personas en los niveles inferiores para actuar por sí mismas. La supervisión y el control son estrechos, y la participación del trabajador se limita a cumplir órdenes, a menudo carentes de significado para él.¹⁵

Estas características negativas suelen encontrarse sobre todo en ámbito estatal donde las decisiones se toman de manera vertical y descendente. Por su parte en las empresas privadas, sobre todo en las grandes transnacionales, que exigen gran desempeño por parte del personal, los jefes se ven sometidos a grandes presiones y ejercen coerción en el personal a su mando.

¹⁴ Jefe o jefes es un término muy común para referirse a los padres sobre todo, en clases bajas, quienes a su vez conciben la existencia de los hijos como una extensión de su propia vida. Y no los ven, aun cuando sean adultos, como sus iguales sino como a individuos pequeños que les deben respeto y dedicación, tal actitud se refuerza con frases como me obedeces porque soy tu padre y ellos, aunque estén grandes, siempre serán mis hijos.

¹⁵ Ramírez Patricia, Rodríguez Mauro, *Psicología del mexicano en el trabajo*, McGraw-Hill Interamericana, México, 2004, 2ª edición. 137, p.

Tienden a cosificar a las personas y en muchas ocasiones son nombradas según por su apellido y función e incluso aplicándoles diminutivos como por ejemplo: Lopitos el de suajes. Tales actitudes encuentran una razón de ser en la ancestral relación amo esclavo que predominó en la colonia y cuyos rescoldos parecen vigentes en la actitud de la actual clase política. Fruto de esta relación es la baja autoestima de buena parte de la población económicamente activa; lo cual como podrá notarse más adelante, puede derivar en indiferencia e individualismo en el trabajo

El subordinado. La contraparte del jefe encuentra eco en un individuo servil y dependiente que teme a la responsabilidad y ha aprendido a limitar su iniciativa. Como desconfía de sí mismo y de sus posibilidades de crecimiento, muestra una falsa amabilidad con el jefe (en realidad envidia su posición privilegiada y detesta su autoridad), trata de caerle bien y se hace notar con el propósito de que se le tome en cuenta para realizar las tareas sencillas, los ascensos a puestos cómodos y se le elimine de las listas en los recortes de personal.

Al igual que en el caso del jefe esta actitud tiene una motivación inconciente de épocas pasadas en las que el trabajo fue sinónimo de servidumbre. A sí mismo la educación influye notablemente en él y además de las repercusiones del ya mencionado modelo familiar que predomina en el país existe el factor escolar.

La escuela por su parte (sobre todo en el nivel básico) crea un clima autoritario en el que no coincidir con el profesor es estar contra él y atraer su mala voluntad. De ahí también la cultura de tratar siempre de quedar bien con el de arriba.¹⁶

Cabe mencionar que esta característica suele modificarse desde el bachillerato y prácticamente, salvo raras excepciones, se elimina en la universidad en la que se promueve el debate entre alumnos y profesores. Además de que durante esta etapa es cuando se crean valores individuales y despierta la conciencia social. Por ello este modelo describe mejor a trabajadores con bajo nivel escolar, sin embargo encontraremos que en el caso de profesionistas universitarios se presentan características similares solo que las motivaciones serán diferentes.

El compañero: parece ser que en términos generales el mexicano tiene una gran necesidad de aceptación y aprobación externas. El lugar que ocupan la familia y los amigos es primordial, pues en ellos es donde se encuentran importantes apoyos morales. Como resultado en lo laboral, las relaciones interpersonales se enfocan más hacia satisfactores emocionales que al trabajo en equipo y la cooperación

¹⁶ *Idem.*

mutua; la experiencia histórica y política, ha hecho que el mexicano tenga mayor confianza en los individuos que en las instituciones, siempre y cuando esto no represente una amenaza a su propia individualidad. De tal manera se ha forjando un singular y en ocasiones deforme sentido de la lealtad cuyas repercusiones laborales bien puede expresarse de la siguiente forma:

“El concepto de lealtad al grupo se limita a protección mutua (complicidad) en caso de cometer indisciplinas, errores o incumplimiento en el trabajo. En ocasiones se ha llegado “al extremo” de convertir, en norma “explícita”, que ningún trabajador atestigüe en contra de un compañero aun cuando éste haya incurrido en una grave falta. De lo contrario, el trabajador podría ser rechazado, sancionado y hasta expulsado del grupo... Por otra parte, el mexicano rehúsa asumir el liderazgo por temor a ser rechazado (alta necesidad de ser aceptado), por considerar que no está suficientemente capacitado (escasa estimación de sí mismo), porque representa mayor responsabilidad y porque tal vez termine siendo en lo único que trabaje (desconfianza)...”¹⁷ Este es en gran medida el sentido que se le da a las relaciones laborales.

Existen otros factores que pudieran explicar la personalidad del mexicano, en el aspecto laboral, estos pueden ser el género, la edad y la condición social. En el caso del género la diferencia es notoria (basta revisar los resultados de La Encuesta Nacional de Empleo Urbano (ENEO) del INEGI para darse cuenta de la desigualdad laboral reflejada en los salarios profesionales.); por otra parte, social y culturalmente a la mujer se le siguen atribuyendo características como la sumisión, la castidad, obediencia, servicio, abnegación, y otras que suponen inferioridad y sometimiento. Su principal rol continúa siendo la maternidad y además de ser un reto, llega a convertirse en conflicto para la mujer mexicana, ya que por un lado puede sentirse frustrada si solo se dedica al hogar y culpable porque al ejercer su profesión forzosamente deberá dedicar menos tiempo en atender el hogar. En contraparte existe un modelo reciente en el que la mujer se muestra asimismo como egoísta, sexual, manipuladora y ambiciosa. Éste nuevo modelo supone una afrenta a la idea predominante de masculinidad y genera, una vez más, desconfianza en el ámbito laboral, de tal manera que este aspecto continúa siendo marginal para la mujer mexicana.

En cuanto a la edad y la condición social, sabemos que los jóvenes ocupan la mayor parte de la fuerza productiva en el país; y solo una pequeña porción tiene una educación de tipo universitaria. De éstos últimos son los individuos de grandes ciudades y clase alta los que se muestran más autos afirmativos. Esto puede ser una de las causas que mantiene a los egresados de universidades privadas en mejor posicionamiento laboral en relación a los egresados de las universidades

¹⁷ Idem.

públicas. Sin embargo esto también se debe al poder económico y político de la clase a la que pertenecen.

Hasta ahora se ha hecho mención de las características negativas que presenta el mexicano en el trabajo. En contraparte los aspectos positivos están orientados hacia los valores de convivencia (principalmente familiar) e igualmente tienen su origen en el desarrollo histórico y el ceno del hogar.

Los atributos culturales e individuales del mexicano, son muy apreciados en el extranjero sin embargo, también han dado pie al abuso. Dentro de estas características resaltan la lealtad (enfocada sobre todo a la familia y amigos), la obediencia, el afecto, la paciencia, la resignación, la auto modificación ante el medio (estas tres últimas se deben principalmente a las crisis económicas), la tolerancia, la amistad, la flexibilidad, la cooperación (emocional), la hospitalidad y el servicio.

Con una mayoría católica, la fe puede ser entendida como símbolo de confianza. Enfocada hacia el individuo, esta característica puede resultar interesante y disminuir los efectos de la baja autoestima que ya se mencionó afecta a buena parte de los trabajadores del país.

En resumen el mexicano puede definirse como un individuo dual. Dependiente, apático e inconsistente en el trabajo, individualista y desconfiado pero al mismo tiempo servicial, dispuesto a colaborar siempre y cuando se sienta aceptado y valioso, es poseedor de una gran imaginación y esto supone el motor del proceso creativo, tan útil para trazar metas.

Por su parte el alumno de La ENAP inserto en el contexto nacional está salpicado tanto de factores positivos como negativos en su desarrollo. En general tiene la creatividad como su principal herramienta sin embargo tiende hacia la indisciplina y la teoría del menor esfuerzo.

Al igual que la mayoría de los universitarios está motivado por el deseo de ser alguien para que los demás lo reconozcan es decir, ocupar un lugar entre la elite de su profesión (manifestación de la gran necesidad de aceptación). Es altamente individualista y desconfiado, esto último provocado en gran medida por un excesivo deseo de competencia y un afán de superioridad. El individualismo se acentúa aun más en el estudiante de Diseño y Comunicación Visual con orientación en ilustración a quien por su ego exacerbado lo impulsa hacia el protagonismo.

Ésta es una de las principales causas que dificultan su integración en equipos de trabajo y que generalmente tenga una actividad solitaria. También esta presente la frustración y la intolerancia, manifestada en la gran dificultad para aceptar las ideas de otros y sumarse a proyectos colectivos.

2.4 Las posibles modificaciones al campo laboral del Diseño Gráfico, a partir del Diseño y La Comunicación Visual.

No se puede juzgar de manera precisa el impacto que ha tenido La Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, en el mercado laboral, que desde hace más de una década es ofertada por un número muy reducido de instituciones de educación superior en México con respecto al Diseño Gráfico, entendido como su referente inmediato; tan solo en el año 2007 del total de instituciones de educación superior registradas ante la ANUIES¹⁸, únicamente en 8 se impartía La Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual mientras que en el caso de La Licenciatura en Diseño Gráfico, o similar, un total de 267 instituciones de educación superior la tenían contemplada como parte de su oferta educativa y en alrededor de 30 centros de enseñanza se realizaban estudios superiores en Comunicación Gráfica.

En caso del Diseño Gráfico, esta disciplina formativa, tuvo su fase de desarrollo a principios de los años setenta del pasado siglo XX y actualmente está alcanzado su nivel máximo de egresados por año en todo el país, lo que a su vez significa el comienzo de su decrecimiento¹⁹.

Esto puede ser causa de la saturación de este sector en el mercado laboral y la expansión de las carreras técnicas en esta área. En el caso del Diseño y la Comunicación Visual, se puede estimar que aún se encuentra en fase de crecimiento, y el impacto de esta nueva disciplina a nivel ocupacional es aún limitado.

En los sectores de bienes y servicios todavía no se identifican plenamente las diferencias entre el ejercicio profesional del Diseño Gráfico con respecto al Diseño y la Comunicación Visual, como disciplina emergente; aún cuando esta última fuera el resultado inminente de la expansión del mercado del diseño gráfico ante la aparición de nuevas tecnologías para su desarrollo. En esta etapa se percibe al Diseño y la Comunicación Visual como el arquetipo de un mismo paradigma designado con otra nomenclatura. Sin embargo es probable que el crecimiento hasta ahora

¹⁸ ANUIES, *Catálogo de Carreras de Licenciatura en Universidades e Institutos Tecnológicos 2007*, México, 2007, 579 p.

¹⁹ Martínez Fernández, Manuel. *Futuros de la universidad: UNAM 2025*, México, UNAM, Coordinación de Humanidades, M. A. Porrúa, 1996, pp 25

expuesto, continúe observándose gracias a la innovación de las actividades que lo definen y a su desarrollo en relación a las necesidades del entorno social en el que se encuentra.

La rentabilidad que presente la práctica de esta profesión es fundamental para su consolidación ya que gracias a este factor podrá determinarse el grado de éxito obtenido: la realización personal, el dinero, el servicio a la comunidad, ó una mezcla singular de todos ellos.

Actualmente el área enfrenta una “devaluación de la utilidad”, debido a la preeminencia de criterios de evaluación de su rentabilidad económica y productiva. El acelerado avance global de los sistemas de información ha afectado el perfil tradicional del diseñador gráfico a nivel nacional; su utilización ha significado que se considere el ejercicio profesional de esta disciplina como una actividad subyacente.

Ante este panorama, el Diseño y Comunicación Visual tiene como característica fundamental la incorporación y adaptación de procesos tecnológicos, provenientes del exterior, a las condiciones que dicta el repertorio de actividades profesionales a nivel local e internacional.

Los cambios curriculares provenientes de esta disciplina van de acuerdo con estas necesidades y se espera en un futuro no muy lejano, una vez consolidado su campo ocupacional, los egresados de esta disciplina sean capaces de mejorar las condiciones de inserción y permanencia en el mercado laboral.



III

LOS EX-ALUMNOS DE LA ENAP EN EL EJERCICIO DE LA PROFESIÓN

3.1 Oportunidades de desarrollo para los ilustradores de La Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual formados de la ENAP

Hasta este momento, se ha expuesto lo suficiente con respecto al diseño y la ilustración desde una óptica sobre todo económica, específicamente del mercado laboral industrial; es decir, una actividad que busca satisfacer necesidades de consumo a través de la creación de bienes materiales o prestando servicios que permitan la generación de tales bienes. Como objetivo de este sub apartado se pretende mencionar dos actividades en las cuales un egresado de La Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual con orientación en ilustración puede desarrollarse profesionalmente y cuyo enfoque laboral va encaminado a la generación de conocimiento y la producción plástica.

Como ya se ha mencionado en apartados anteriores, uno de los propósitos de la formación universitaria es educar al individuo para realizar una actividad concreta a nivel profesional. Este sin embargo, no es el único fin de la educación superior. Se busca también la producción de conocimiento (a través de la investigación) y la difusión de la cultura y las artes.

Si bien es cierto que El Diseño y Comunicación Visual no está considerado una ciencia, este sí puede ser entendido como un campo concreto de cognición que como tal debe tener más de un objeto de estudio y es en este sentido que la investigación cobra singular relevancia. Explorar los límites de la profesión a través

de sistemas que permitan analizar y esclarecer su estatus social podrían ser solo algunos de los objetivos en tal empresa. Además, por su naturaleza circundante en relación con otras áreas del conocimiento, es El Diseño y Comunicación Visual un campo del saber que brinda un amplio espectro aun inexplorado y en continua definición que sugiere retos persistentes para el análisis y su consecuente estudio. En este sentido, son innumerables los tópicos que se pueden indagar; desde los inherentes a los procesos en la creación de imágenes, hasta la gestión de la profesión; desde la historia del diseño en México (pasando por la documentación de sus etapas de coyuntura), hasta el estudio de sus elementos formales. Y así se puede nombrar una larga lista en relación a la rama del conocimiento que es El Diseño y Comunicación Visual.

Lo mismo sucede con la ilustración, un campo aun menos explorado y delimitado en México. Hay que destacar la existencia de buen número de publicaciones que describen el proceso de creación, técnicas y estilos en La Ilustración; pero en el mismo sentido no se encuentra (si es que existe) literatura que nos explique a La Ilustración como fenómeno en sus diferentes ámbitos: social, educativo, artístico, y otros que la componen. O una teoría que la delimite como objeto de estudio. Esto vaticina un interesante desafío para alumnos y académicos cuyos intereses los motiven a indagar y profundizar en estas áreas. Lo cual significa; entre otras cosas, realizar estudios de posgrado que permitan al interesado sumarse a líneas de investigación. Teresa Pacheco plantea de manera interesante una serie de perfiles con los que se podría identificar a un investigador.²⁰

El investigador como agente directo de la producción científica cuya actividad se orienta fundamentalmente a generar nuevos conocimientos que nutran algún campo especializado de la ciencia.

El investigador académico como el organizador y sistematizador del conocimiento producido por otros con el objetivo de ponerlo a disposición de la formación básica y avanzada de recursos humanos en los centros e instituciones de enseñanza.

El científico como promotor de la investigación y el mejoramiento de las condiciones materiales para la realización; se encuentra más ligado a los beneficios que proporciona la administración de la ciencia, la industria, el poder político o la autoridad en el campo.

El investigador que orienta su formación y experiencia hacia la resolución, innovación o cambio de procedimientos para atender las demandas del entorno social en todos lo planos.

²⁰ Díaz Barriga Ángel, Pacheco Méndez Teresa, *La profesión: su condición social e institucional*, UNAM, Centro de Estudios sobre La Universidad, M. A. Porrúa, México, 1997.

Bajo estas consideraciones y dada su formación, el Diseñador y Comunicador Visual *con orientación en ilustración* formado en La ENAP encaja bien en el primero y segundo rubros. Es decir un investigador que en primer lugar sea capaz de organizar y sistematizar el conocimiento ya existente con el fin de entender los procesos que lo pueden llevar a su consecución. Esto sin duda supone un gran reto para alumnos y académicos siendo los últimos quienes promuevan la investigación activa desde las aulas esperando que el consecuente resultado sea despertar el interés en los alumnos por aspectos teóricos del diseño; fomentando una actitud hacia la investigación como parte integral y sello característico de su formación a nivel profesional. Lo cual más que una alternativa ocupacional debe significar una labor asumida dentro y fuera de los salones de clase.

Así mismo como se planteo al inicio, se pretende hacer mención de otra actividad relacionada al diseño gráfico cuyos esfuerzos están encaminados al desarrollo artístico a través de producción plástica²¹. Esta alternativa de ocupación, resulta muy interesante para los alumnos de La Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual con orientación en ilustración, a los que en las líneas subsiguientes ha de referirse como ilustradores.

Como ya se ha mencionado, este grupo tiene una formación práctica en el uso de las técnicas tradicionales provenientes de las artes plásticas y posee además una instrucción teórica que le permite conceptualizar visiones particulares de la realidad; ambas características indispensables en la creación artística.

Siendo la ilustración el campo del diseño más inmediatamente considerado cercano a la producción artística – tanto que se le ha nombrado como arte aplicado – no es de sorprenderse que durante su desarrollo profesional, los ilustradores alternen entre el ejercicio comercial de la ilustración (la creación de imágenes pensadas para su reproducción masiva, como elementos del diseño, que satisfagan necesidades económicas en los sectores de bienes y servicios) y la creación de obras personales a veces como hobby o actividad complementaria que compense sus necesidades de subsistencia. Es posible además que dejándose seducir por la libertad e independencia que a primera vista ofrece esta actividad, el ilustrador

²¹ Para efectos del presente trabajo este término se acota a la producción de imágenes que involucran la utilización de diversos medios y técnicas de las artes plásticas y el diseño. Las relacionadas a los sistemas de impresión como por ejemplo el grabado, serigrafía, litografía, pirograbado y demás, las obras realizadas con materiales tradicionales como el óleo, acuarela, tinta, aguafuerte, pastel y otros medios relacionados, utilizados sobre todo en la pintura; además de otros materiales como los acrílicos, rotuladores, estilógrafos y técnicas como la aerografía que son más recientes y se vinculan históricamente con la aparición del diseño gráfico. Y aunque en menor medida involucra también a la escultura y la fotografía.

opte por convertirse en un artista de tiempo completo, dedicando sus esfuerzos exclusivamente a la creación de obras personales. Cabe mencionar la certeza de que no todos aquellos que realizan alguna actividad artística — como pueden ser la pintura, el dibujo, la escultura, entre otras. — son considerados artistas y sin embargo son capaces de ofrecer productos que pueden satisfacer necesidades estéticas en diversos sectores sociales cumpliendo así con una importante función dentro de la comunidad.

En cualquiera de los casos resulta indispensable que quién se dedique a la producción de obras originales esté lo mejor enterado posible de los canales para comercializar su trabajo es decir, la exhibición, compra y venta de productos de arte; a menor o mayor escala, en los grandes espacios del anonimato o en los pequeños y muy estrechos círculos del reconocimiento.

Al respecto podemos mencionar que las galerías de mayor prestigio, captan el interés de los creadores cuyo objetivo es tener un lugar dentro del entramado y a veces absurdo sistema que es el mercado del arte, una forma de compra-venta cuyas ganancias se obtienen gracias al ejercicio de especulación sobre el producto; mecanismo en el cual el valor de la obra (en un sentido cultural y económico) está determinado por el cúmulo de atributos que le asignen los diversos canales de distribución²². No obstante contar con estos canales puede resultar una empresa de proporciones mayúsculas sobre todo considerando el sello conservador en estos medios. Alcanzar este objetivo requiere de gran tenacidad y paciencia por parte del creador de arte ya que además significa una meta a largo plazo.

Mientras esto sucede, la venta directa de sus obras, así como la participación activa en foros alternos — casas de cultura y espacios al aire libre principalmente, aunque hay que considerar el auge de la promoción artística en medios electrónicos — pueden ser opciones interesantes a corto y mediano plazo, sobre todo para vincularse con el gran público es decir, aquellos compradores potenciales que habitualmente no frecuentan los círculos galerísticos y a decir de su poder adquisitivo resulta muy inferior comparado al de los grandes coleccionistas.

²² Canales de distribución o intermediarios, son términos utilizados en el mercado del arte y se refiere a las instituciones o personas que intervienen entre el productor de arte, su público y el comprador final; la labor de estos medios consiste en la exhibición, promoción, almacenamiento, crítica o específicamente venta de productos de arte. Estos pueden ser: galerías, casas subastadoras, corredores de arte, museos, críticos, medios de difusión e instituciones públicas y privadas. Iturbe Josu, Peraza Miguel, *El arte del mercado en arte*, M. A. Porrúa, México 1998, segunda edición.

Erróneamente algunos creadores desprecian a este tipo de público, ya que sus expectativas se enfocan sobre todo al gran mercado, debido en gran medida a que el consumo de este sector se sujeta especialmente a tendencias de la moda demandando temas minimalistas que cumplen sobre todo funciones decorativas. El creador puede incluso incomodarse con los trabajos por encargo, sin embargo este tipo de producciones pueden resultar bastante rentables.

Este puede ser un sector de consumo a gran escala en el que los posibles compradores basan su decisión en cuestiones tan simples como su gusto personal. Para ellos el trabajo de autor llega a tener un importante valor agregado al ser considerado como objeto único e irrepetible y en este sentido el trabajo del ilustrador es más parecido al de un artesano convirtiéndose una vez más en un producto para las masas; completándose nuevamente el ciclo de consumo en que inevitablemente deberá estar inmerso todo ilustrador que pretenda hacer de esta profesión su forma de vida.

3.2 Correspondencia entre formación y demandas del mercado del Diseño Gráfico y La Ilustración, para los ilustradores de La Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual

En este apartado se pretende hacer un esbozo de la relación que existe entre los conocimientos y habilidades que el alumno de La Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual de La ENAP con orientación en ilustración, adquiere durante su estancia en la institución, el enfoque de su formación y los recursos con los que se espera cuente un egresado para desarrollarse profesionalmente. Para ello nos situaremos en el contexto que ha determinado el status contemporáneo de la formación universitaria frente al mercado de trabajo²³.

A partir de la crisis económica de los años ochenta, en México, el paradigma que marcaba la relación entre las necesidades del estado (específicamente económicas) y las IES tuvo una muy importante fractura. Como resultado se inició un proceso en el que se cuestionó la eficacia de la educación superior ante la eventualidad de la crisis; el estado interpretó la precariedad de acceso a los puestos de trabajo, a nivel profesional, como una carencia en la formación universitaria, manifestación evidente de la desarticulación escuela-aparato productivo y una deficiencia manifiesta en los sistemas internos de las universidades. No tomándose en considera-

²³ En el presente trabajo se hace alusión a los términos mercado de trabajo, laboral y ocupacional, a nivel general y profesional, como el sistema predominante de interacciones sociales que determinan la funcionalidad de la ley de la oferta y la demanda. Es decir las normas que rigen la relación entre los puestos de empleo disponibles y los seres humanos en posibilidad de acceder a ellos.

ción, para este análisis, la falta de habilidad del propio estado para absorber a esta fuerza laboral en beneficio de la sociedad. Desde entonces en más de un sentido, la educación superior en México se encuentra en un continuo debate cuyo resultado han sido principalmente dos posturas en torno al problema que representa la devaluación de la formación universitaria frente a la crisis del mercado laboral.

En una de estas posturas, la de tipo humanista, se pretende que la educación superior aleccione al individuo para la vida, haciendo que se introduzca en un proceso de continuo aprendizaje en el que se conecte a la realidad que trasciende las fronteras de la institución educativa; formarlo de manera tal que pueda participar activa y creativamente en las transformaciones de la sociedad; facilitándole las herramientas necesarias para que aprenda a aprender y acceda a los nuevos conocimientos de manera autónoma, incluso sin que cuente con un maestro que propicie ese acceso al conocimiento.

Existe también una idea de la educación orientada a insertar “exitosamente” al individuo en el sistema productivo. La misión general de este modelo radica en “fomentar el desarrollo competitivo de la fuerza laboral, promoviendo y coordinando el establecimiento de normas y procesos de evaluación y certificación de competencias laborales²⁴, encaminándose a fortalecer sistemas de educación nacionales con el fin de satisfacer los requerimientos de los sectores productivos y de servicios”.

Ambas líneas de enseñanza luchan, en sentido metafórico, por subsistir ante la sucesión de procesos que atraviesa nuestra sociedad a nivel local y global, en lo que parece ser la eterna lucha entre la teoría—despreciada muchas veces por los empleadores— y la práctica—insuficiente y aparentemente inalcanzable para algunas instituciones de educación superior.

²⁴ La Dra. Magalys Ruiz Iglesias, (Ruiz Iglesias, Magalys, *Profesionales competentes: una respuesta educativa*, IPN México, 2001.) ofrece una relación sobre definiciones y clasificaciones acerca de las competencias de las cuales se ha tomado lo siguiente.

Competencia: una competencia es el conjunto de conocimientos socioafectivos y habilidades cognitivas, psicológicas, sensoriales y motoras que permiten llevar a cabo adecuadamente un papel, una función, una actividad o una tarea.

Competencia laboral: aptitud de un individuo para desempeñar una misma función productiva en diferentes contextos y con base en los requerimientos de calidad esperados por el sector productivo.

Competencia profesional: construcción social de aprendizajes significativos y útiles para el desempeño productivo en una situación real de trabajo que se obtiene no solo a través de la instrucción, sino también—y en gran medida—mediante el aprendizaje por experiencia en situaciones concretas de trabajo.

De estas dos, la postura de tipo productivo –que ha tenido su origen en la teoría curricular²⁵ y se basa en las normas de competencias laborales– parece ganar cada día más terreno. Sin embargo para algunos estudiosos del tema como el doctor Ángel Díaz Barriga²⁶ la implementación de este prototipo educativo resulta limitado ya que se basa en planes de estudio emergentes que responden a necesidades inmediatas en procesos coyunturales, como lo son las crisis económicas, dentro de un orden de producción. En este sentido la “utilidad práctica” de un sujeto –en tanto que “producto” de la educación superior– estaría únicamente determinado por las habilidades técnicas de un estudiante para satisfacer las necesidades en un momento particular e incluso en un lugar específico del mercado laboral industrial.

Lo anterior lleva a pensar en un sistema productivista²⁷ cuyos alcances (paliativos) pueden ser medidos según la suma y calidad de bienes y servicios que de la educación se puedan obtener, al mismo tiempo determinando su nivel de éxito.

Es decir un modelo eficaz, desde una óptica del capital, en el que los recursos económicos de la escuela son utilizados adecuadamente tanto por la institución como por el individuo al que van destinados como parte de una rendición de cuentas a la sociedad; al respecto de este proceso el propio Dr. Díaz expresa lo siguiente²⁸ “... se empezaron a indagar los efectos de diversas metodologías de aprendizaje, a construir métodos para lograr un aprendizaje efectivo en menor tiempo, comparando los efectos de un plan de estudios frente a resultados en el mundo del trabajo, se iniciaron (1908) estudios sobre el rendimiento docente y se buscó articular sus resultados al salario del profesorado. En todos los estudios de eficiencia el problema económico es considerado subyacente, de suerte que la orientación de estos estudios es un antecedente que permite explicar el surgimiento de la economía de la educación en la década de los cincuenta del siglo pasado”.

²⁵ Término de origen estadounidense que se remonta las primeras décadas del siglo XX. Entre sus precursores se encuentran John Dewey y Frankin Bobbit. Tal forma de concepción educativa consiste en adecuar el funcionamiento escolar a los procesos de producción en serie.

²⁶ Díaz Barriga Ángel, Pacheco Méndez Teresa, *La profesión: su condición social e institucional*, UNAM, Centro de Estudios sobre La Universidad, M. A. Porrúa, México, 1997.

²⁷ Habría que efectuar una distinción entre productivo y productivista. Productivo puede referirse a esferas más amplias de su propia dimensión histórica, social y subjetiva, mientras que productivista se circunscribiría al valor con el que se recompensa la mano de obra, no importa que en el éxito (o fracaso) productivista (y económico) el hombre quede alienado (extraño) de sí mismo.

Díaz Barriga Ángel, Pacheco Méndez Teresa, *La profesión: su condición social e institucional*, UNAM, Centro de Estudios sobre La Universidad, M. A. Porrúa, México, 1997, pp 75.

²⁸ Idem, p.85.

Entendido de esta forma, el proceso educativo sería comparable a una inversión cuyo esperado resultado sería la rentabilidad social e individual de tal empresa, lo cual nos lleva a reflexionar de nuevo sobre la relación que existe en el país entre el costo real de la educación superior — que afecta sobre todo a los alumnos de IES públicas — y los índices de salarios profesionales en México así como también los fenómenos del desempleo y subempleo profesional.

Así pues ante este panorama, el alumno de La Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual con orientación en ilustración, se enfrenta a un mercado laboral que exige principalmente esfuerzos orientados a la producción de imágenes cuyos mensajes deberán estar diseñados para el consumo. Es decir que el principal objetivo será promover la venta de bienes y servicios.

Sin embargo la misión general de La UNAM y por ende de La ENAP lleva implícitos objetivos más ambiciosos. En el caso particular de La licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, formar especialistas en comunicación visual, orientados en áreas específicas del diseño gráfico, capaces de generar mensajes que satisfagan diversas necesidades sociales es decir, económicas, políticas, culturales, entre otras. Mediante el desarrollo de competencias que permitan llevar a cabo tareas como la generación de conocimiento, a través de la investigación, la promoción de la cultura en todos los estratos sociales y la creación artística, que como se menciona en páginas anteriores representa una importante alternativa laboral para los alumnos de La licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, *con orientación en ilustración*.

Como se puede notar el potencial de un egresado en esta disciplina no debería estar acotado únicamente a las necesidades de la producción industrial, sin embargo por la propia naturaleza de la disciplina (ligada al desarrollo de los medios masivos de comunicación) y la presente crisis en el sistema global que rige a nuestra economía, la posibilidad de alternativas laborales resulta demasiado estrecha. Y a pesar de sus limitantes el mercado laboral industrial representa el principal medio de ocupación para la mayoría de los egresados a nivel nacional.

Hasta ahora se ha hecho referencia del mercado laboral como un sistema ideal regulado por instituciones cuya eficacia se basa fundamentalmente en normas de competencias laborales. En este modelo “formal” la expectativa de empleo se apoya en que los procesos de contratación queden organizados mediante la aplicación de mecanismos equitativos para la elección de personal.

Sin embargo la experiencia en lo cotidiano muestra, particularmente en la sociedad mexicana, que las instituciones con falta de estructura—en cuanto a las formas de contratación se refiere—superan en número a aquellas en las que los departamentos de recursos humanos pueden garantizar la justa participación en los procesos de contratación.

Así mismo es importante señalar la falta de pericia por parte de algunos contratantes para identificar e interpretar las competencias de un entrevistado. Cuando además de no tener capacidades en recursos humanos, desconocen por completo el ejercicio del diseño; para la contratación se apoyan muchas veces en su percepción individual, e incluso pueden no tener definido el perfil que se necesita para la vacante que se esta ofertando.

Hay que señalar por otra parte el carácter liberal tanto del diseño como de la ilustración es decir, su carácter como actividades que se pueden ser ejercidas de manera independiente por un solo individuo a nivel profesional.

En este sentido los términos empleador y empleado encuentran su paralelo en cliente y empresa, de cuyo último término se hace referencia a una “entidad virtual” representada por un solo sujeto. Los factores que determinan la relación entre ambos son variados y se suscriben a las necesidades inmediatas del cliente. Quien no esta interesado ni en la formación (de tipo humanista o basada en competencias), ni en el grado académico (universitario o técnico) o status de certificación (titulado, pasante o trunco) de quien ofrece sus servicios. Así como tampoco en un currículum vitae que sintetice el cúmulo de sus habilidades y experiencias; puede estar interesado en la carpeta de trabajo pero sobre todo su atención se focaliza en la resolución de sus necesidades inmediatas de diseño, el tiempo invertido en ello y el costo que le genera.

Otro elemento importante que afecta el desarrollo profesional de un estudiante de La Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual *con orientación en ilustración*, una vez fuera de la institución, es el crecimiento de la economía informal, específicamente de la piratería²⁹. Dicho fenómeno, no solo capta a consumidores de todas las clases sociales, sino que además es capas de atraer —aunque no se

²⁹ El término piratería se refiere a la violación o invasión de los distintos derechos de propiedad intelectual y/o industrial (marcas, patentes y derechos de autor) mediante los cuales se protegen las manifestaciones de la actividad industrial e intelectual humana.

Comprende esencialmente tres tipos de actividad: a) Falsificación demarcas registradas o “copia” de signos distintivos (copia de las marcas y/o de sus productos). b) Invasión de patentes, diseños industriales o modelos de utilidad. c) Violaciones a los Derechos de Autor (reproducción y/o publicación no autorizada de obras protegidas por la L.F.D.A.):

tengan cifras exactas — a una parte de los profesionales tanto del diseño como de la ilustración. Este fenómeno tiene un sustancial impacto para el egresado sobre todo por sus efectos en la industria editorial.

A propósito de la formación universitaria para el alumno de La Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual con orientación en ilustración, cabe hacer énfasis que es imposible lograr que la escuela sea capaz de proporcionar a un estudiante y próximo egresado, todas las herramientas (conocimientos y destrezas técnicas) para alcanzar el éxito en la profesión (que desde un punto de vista personal significa no solo la capacidad de vivir de aquello que se sabe hacer sino al mismo tiempo estar satisfecho con lo que se realiza); ya que como lo expresa el Dr. Bernal³⁰ es casi un hecho que la profesión planteada al inicio de los estudios de licenciatura no exista ya o nunca haya existido al término de los mismos.

Es decir, que las habilidades y conocimientos que a lo largo del proceso formativo se puedan transmitir a un alumno, estén por renovarse o quedar en desuso al final del mismo; a razón del acelerado cambio, que sobre todo en esta era de la información, esta marcando la aparición de nuevas tecnologías y su lógico impacto en los mecanismos de producción industrial³¹. O bien que estas mismas habilidades y conocimientos correspondan a modelos ideales, dicho de otra manera, que la formación universitaria que recibe el alumno de La Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual con orientación en ilustración, pueda superar las expectativas y necesidades de un sistema cuyas perspectivas de crecimiento están limitadas a la producción de satisfactores materiales e intelectuales para el consumo.

En cualquiera de los dos casos el reto en la formación de un alumno de La Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual con orientación en ilustración, consiste en preparar individuos capacitados para aplicar lo aprendido en las aulas ante una variedad de contextos, aptos para adaptarse a los diversos procesos en la producción de mensajes visuales y sobre todo dispuestos a aprender en cualquier momento.

³⁰ Agulló Tomás Esteban, Ovejero Bernal Anastasio, *Trabajo, individuo y sociedad: perspectivas psicosociológicas sobre el futuro del trabajo*, Ediciones Pirámide, Madrid, 2001.

³¹ Una evidente reacción por parte de La ENAP ante esta etapa de transformación entre el diseño por llamarlo de alguna manera artesanal y la producción digital, fue la aparición de La Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, con lo que entre otras cosas se buscó adaptar el sistema educativo a la aparición de nuevas tecnologías utilizadas en la creación y reproducción de mensajes visuales. No resulta evidente qué motivó la división del diseño en orientaciones, ya que lejos de formar un diseñador polivalente e integral, se perdió por lo menos en la aplicación (específicamente en el caso de la ilustración) de la enseñanza la visión de formar a un diseñador que además del conocimiento en los aspectos formales del diseño, tuviera como herramientas todo el bagaje de conocimientos propios del ilustrador.

3.3 Aportes de la investigación sobre la formación y desarrollo profesional de los alumnos formados en La ENAP, de la orientación en ilustración, amén de los resultados de esta investigación.

A lo largo de este documento se ha hecho mención de algunas características que permiten hacer planteamientos generales sobre la “situación” de las profesiones en México; un campo extenso para la investigación que puede ser abordado desde diferentes perspectivas es decir, como actividad económica o académica. Ambos aspectos en continua interrelación; a decir de las última tres décadas una correspondencia desigual entre las universidades—sobre todo públicas—en su carácter de centros formativos de recursos humanos altamente especializados y el sistema productivo mexicano, cuyas necesidades inmediatas superan a primera vista las habilidades técnicas y cognitivas ofrecidas por los miles que anualmente egresan de las Instituciones de Educación Superior (IES).

El escenario en el que se desarrolla esta relación es tan desarticulado como incierto y a pesar de que ambos factores se desarrollan paralelamente la posibilidad de intersección exitosa entre uno y otro es cada vez más compleja. Ante esta realidad las medidas que puedan tomarse al interior de los centros formativos de educación superior pudieran resultar paliativas sobre todo si se pierden de vista dos directrices fundamentales: la desacreditación social de la educación superior y la volatilidad de los puestos de trabajo.³² Es decir asumir que la educación universitaria; hoy más que nunca, esta lejos de garantizar el acceso a los puestos ocupacionales en general y a los de nivel especializado particularmente; reconocer además, que el trabajo para toda la vida sede terreno a la ocupación eventual y a la movilidad generalizada en el empleo. Esto afecta sobre todo a las licenciaturas en Humanidades y Artes y por ende al Diseño y Comunicación Visual.

En este sentido las modificaciones al actual plan de estudios de La Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual son ya indispensable y tendrían, en primera instancia, que orientarse al desarrollo tecnológico al que esta sujeto esta profesión; sobre todo si se pretende que los egresados estén a la altura de sus pares en los países desarrollados y por tanto a nivel nacional, como se plasmó en la misión y visión al comienzo histórico de esta carrera.

No obstante lograr este objetivo significa emprender acciones específicas a corto plazo en las que se contemple además del factor tecnológico una visión integral de la formación basada en competencias en un sentido amplio; dotando al egresado

³² Agulló Tomás Esteban, Ovejero Bernal Anastasio, *Trabajo, individuo y sociedad: perspectivas psicosociológicas sobre el futuro del trabajo*, Ediciones Pirámide, Madrid, 2001. 208 p.

de experiencias significativas que le permitan enfrentar positivamente su realidad inmediata, que irónicamente pudiera no ser su primer empleo sino la falta de un puesto de trabajo. De este modo, las competencias laborales debieran sumarse con aquellas que permitan al egresado resolver con éxito los avatares del mercado laboral, como un aspecto más que compone a la vida y por ende a la realidad en general.

Las acciones para el mejoramiento formativo de los estudiantes de La Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual en general – y particularmente en las cinco orientaciones – debieran estar fundamentadas en la investigación de sus campos laboral y de conocimiento siendo indispensable la participación docente como vínculo inmediato entre las exigencias del mercado y las necesidades cognitivas que éstas generan entre los alumnos.

La información con que pueda contar el alumno, incluso antes de su ingreso a la licenciatura, sobre el campo profesional y de conocimiento que es El Diseño y La Comunicación Visual es relevante para que se identifique plenamente con su campo de acción; para tal objetivo, una medida pertinente podría ser la siguiente:

Acercarse a los alumnos de nivel bachillerato, con el objetivo de ofrecer la información necesaria sobre el Diseño y Comunicación Visual a través de pláticas en las que se hagan planteamientos sobre su estatus dentro del campo de las profesiones, su área específica de desarrollo y sus proyecciones a futuro. Además del perfil para su desempeño, las habilidades técnicas y cognitivas con que deberá contar el alumno al ingresar a la licenciatura así como al final de la misma. De igual forma es indispensable hacer mención de los recursos tecnológicos con que deberá contar el alumno para su óptimo desarrollo a nivel escolar y profesional. Todo con el objetivo de concienciar al posible aspirante sobre los retos académicos y profesionales que implica esta disciplina; a fin de que pueda estar bien respaldado en su elección formativa universitaria.

Una vez inserto en la formación universitaria es indispensable para el alumno y para la institución la confrontación entre la práctica formal del Diseño y Comunicación Visual y los conocimientos adquiridos en las aulas, con el objetivo de que el alumno pueda comparar tales conocimientos con el ejercicio inmediato de su profesión; acción que le permita el análisis y la retroalimentación a fin que pueda aportar elementos para su constitución educativa. En el caso de la orientación profesional en ilustración esto puede significar lo siguiente: Integrar las prácticas profesionales como parte del proceso educativo del estudiante de Diseño y Comunicación Visual, *con orientación en ilustración*, mediante estancias cortas a tra-

vés de convenios con instituciones del sector profesional. Tales prácticas podrían integrarse en dos etapas: al término del nivel básico y una vez finalizado el nivel profesional.

Como se ha venido observando, en la práctica del Diseño y la Comunicación Visual, son requeridos individuos integrales y polivalentes que cuenten con una amplia gama de recursos técnicos y cognitivos capaces de aplicarlos en diversos contextos. Por ello es indispensable que, durante su etapa formativa, el alumno no pierda de vista el aspecto integral de esta disciplina. La institución puede responder a esta necesidad inmediata incorporando las asignaturas de Diseño y Sistemas de Impresión al nivel profesional a fin de que los egresados puedan desarrollar proyectos de diseño a través de la ilustración basándose en los fundamentos de esta disciplina. Para tal objetivo puede resultar conveniente la reducción en el número de asignaturas en el nivel básico con el objetivo de habilitar al alumno para su inserción temprana en el ámbito laboral.

Así mismo es apremiante la renovación de la planta docente, sin que ello amerite el despido masivo de profesores. En cambio puede promoverse la actualización del profesorado a través de talleres—impartidos por profesionales del ámbito académico y laboral—en los que se enlace la actividad docente con el ejercicio profesional del diseño. La formación de competencias en el profesorado es indispensable sobre todo si se piensa en los niveles de exigencia a que se enfrenta un egresado en el ejercicio profesional del Diseño y la Comunicación Visual.

En palabras de Miguel A. Zabalza, una educación de calidad a nivel superior debería estar compuesta por un total de diez dimensiones que abarcan la totalidad de competencias en el profesorado, estas son: (1) el diseño y planificación de la docencia con sentido formativo, basado en la condición curricular. (2) La organización de las condiciones y el ambiente de trabajo. (3) Selección de contenidos interesantes y forma de presentarlos. (4) Materiales de apoyo a los estudiantes. (5) Uso de metodología didáctica. (6) Incorporación de nuevas tecnologías y recursos diversos en la enseñanza. (7) Atención personal a los estudiantes y sistemas de apoyo para su educación. (8) Estrategias de coordinación con los colegas. (9) Sistemas de evaluación. (10) Mecanismos de revisión del proceso³³.

La investigación sobre el Diseño y la Comunicación Visual, es la base para desarrollar los objetivos a largo plazo en este campo del saber, y el seguimiento que pueda hacerse de los egresados es sustancial para la retroalimentación escuela-aparato productivo.

³³ Zabalza Miguel Ángel, *Competencias docentes del profesorado universitario*, Narcea, S.A. de Ediciones, Madrid, España, 2003.

Implementar cursos para egresados, según su orientación profesional, en conjunto con instituciones que sirvan como plataforma para su desarrollo profesional – en los cuales los estudiantes aprendan las herramientas básicas y específicas que les permitan, al finalizar, la obtención de su primer empleo³⁴ – puede resultar además de innovador indispensable para acortar la brecha entre las demandas específicas del mercado laboral y la formación universitaria.

Como ya se mencionó, resulta imposible que la escuela sea el laboratorio en el que se ejemplifique la totalidad de experiencias a que puede enfrentarse un egresado de La Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, *con orientación en ilustración*. Y es por tanto responsabilidad del alumno emprender acciones en las que se involucre con el ámbito profesional a partir de su propia experiencia, a fin de que pueda identificar las áreas de oportunidad en su formación. Al respecto una serie de diez consejos que pueden ser muy útiles para enfrentar los desafíos de que supone el ejercicio profesional.³⁵

Aprender a leer y escribir bien. Un buen dominio de la lengua materna es el fundamento para otras dos funciones importantes para la vida y para el trabajo: comunicar en público y escribir un informe, un artículo, una solicitud de trabajo, presentar un proyecto, entre otras. Para comunicar en público son importantes todas las experiencias de vida asociativa, mientras que para escribir bien es preciso haber leído mucho y haber tratado de escribir por lo menos una vez.

Un argumento muy recurrente por parte de los alumnos de la orientación profesional en ilustración es que al saberse “lectores visuales”, demeritan el valor de la imagen escrita; siendo que en ella se fundamenta la construcción de la realidad mediante la imagen mental y el bagaje cultural que a través de ella se pueda adquirir favorece la riqueza en la lectura y creación de mensajes audio visuales.

Aprender idiomas (uno o más). Inmediatamente después de tener un buen conocimiento de la lengua materna, el inglés es hoy el instrumento determinante para comunicarse con el resto del mundo.

Aprender el software básico para el ejercicio de la profesión. Actualmente no basta con ser un experto en el manejo de software propio del diseño, sino además una amplitud de herramientas informáticas indispensables para desarrollar funciones administrativas en el desempeño profesional.

³⁴ Un referente bastante exitoso, es el modelo aplicado por el CINVESTAV entre alumnos de Tamaulipas y empresas privadas. “Crea el Cinvestav curso para que egresados de licenciatura se integren al mercado laboral”. Revista Emeequis. Periodismo inteligente. México.12 de agosto de 2010. <http://www.m-x.com.mx/>

³⁵ Para efectos de este documento se ha adaptado el contenido de esta lista al Diseño la Comunicación Visual. Agulló Tomás Esteban, Ovejero Bernal Anastasio, *Trabajo, individuo y sociedad: perspectivas psicosociológicas sobre el futuro del trabajo*, Ediciones Pirámide, Madrid, 2001.

No descuidar el trabajo manual. Si la automatización sustituye a veces a los viejos operarios, no por ello hay que infravalorar el trabajo manual (que todavía es muy solicitado) y que de cualquier modo es altamente formativo. Las necesidades técnicas aumentan constantemente en el ámbito laboral y buen operario puede por lo menos tanto como un administrativo sino más.

Desarrollar la cultura de la internacionalidad y de la movilidad. En la sociedad mundial del siglo XXI, es preciso olvidarse de la obsesión del puesto fijo a toda costa y adquirir el “virus” de la internacionalidad y el gusto por la movilidad profesional. El interés por el trabajo, el aprendizaje de las cosas nuevas, la responsabilidad y la iniciativa, son todo ellos elementos dignos de valorar y no de relegar aun sentido plano.

Aceptar cualquier experiencia inicial de trabajo (¡no estar nunca inactivo!). Toda experiencia de trabajo inicial, aunque sea en campos aparentemente distantes del propio, es útil para aumentar el bagaje humano y profesional de que uno es portador y siempre es mejor que estar inactivo: puede abrir caminos y a la vez siempre resulta útil cualquier conocimiento y destreza que pueda adquirirse. Informarse continuamente de los cambios en el propio sector. El número de cambios que antes tenían lugar en un siglo, hoy pueden suceder en diez años o en uno, por lo que la única forma de protegerse, es seguirlos, y si es posible, adelantarse a ellos. Sólo adaptándose a los cambios se pueden evitar consecuencias profesionales desagradables. Si la institución educativa o laboral equivocadamente no se preocupan mucho de este aspecto, el individuo es el que se tiene que preocupar.

No dividir la vida en dos partes: alternar siempre trabajo y estudio. Los continuos cambios de la sociedad y su mundialización aumentan el número de conocimientos necesarios para desarrollar el trabajo. También aumenta la necesidad de conocimientos generales. Cuanto más desarrollada está la sociedad, tanto más tiempo hay que dedicar para ponerse al día y no quedarse atrás.

Cultivar otros intereses a parte del estudio. Hacer otras actividades que puedan enriquecer el bagaje de conocimientos, acercarse a la música, el deporte, las artes, y demás actividades que contribuyan al esparcimiento. Solo así podrá el hombre ser creativo y polivalente como exige el trabajo del siglo XXI.

No lamentarse de las cosas que no funcionan. A menudo se oye decir: la escuela no nos forma como debiera, el observatorio de las profesiones que nos debería informar, no existe; el Estado no pone al día a los profesores, los políticos gobiernan mal; y así sucesivamente. Ante estas situaciones tal parece que la salida mas productiva es no lamentarse y hacer lo que cada uno puede hacer para mejorar su situación

Como se puede notar, es evidente que el reto de La ENAP, como institución educativa de alto nivel en la formación de profesionales en el ámbito del Diseño y la Comunicación Visual, es de proporciones mayúsculas. La participación de los diferentes actores que conforman este escenario--estudiantes, académicos y administrativos-- es indispensable para lograrlo. Su participación conjunta debe quedar suscrita en un proyecto que involucre el pleno reconocimiento de esta

licenciatura dentro de La UNAM ya que de ello dependerá, en buena parte, su indispensable reconocimiento social.

En el ámbito educativo, debe reconocerse la importancia del factor económico sin perder de vista a La Universidad como el espacio para la reflexión, la crítica y el desarrollo de las diferentes posturas del pensamiento, no solo para llevar a cabo un proyecto formativo en el que se contemple al factor productivo como determinante para la formación de los alumnos, sino además lograr que los egresados sean capaces de mejorar las condiciones que hoy en día imperan en el ejercicio de esta profesión, que como ya se mencionó están por debajo de las expectativas de desarrollo para un egresado.

CONCLUSIONES

La ilustración como tarea específica integrada en el campo del Diseño Gráfico y recientemente del Diseño y Comunicación Visual, es entendida como actividad económica o bien como un área de conocimiento a nivel práctico y conceptual que inserta en el contexto de las profesiones contemporáneas a nivel nacional, exige una delimitación de sí misma así como una precisión de sus campos de operación desde el punto de vista económico e intelectual.

Por su naturaleza estética, la ilustración, comparte junto con otras actividades, ligadas a las artes y el diseño, la necesidad de un marco que regule su funcionamiento en el sentido de garantizar a los profesionales de esta disciplina equidad de competencia, valoración económica, intelectual y laboral, con respecto a sus pares de las profesiones socialmente aceptadas a nivel nacional.

Actualmente la presencia de la imagen a nivel local y global, supera en número a sus creadores y la angustiante saturación visual — que se ha multiplicado como forma de contaminación sobre todo en la última década — es favorecida por la pobreza en el contenido de los mensajes audiovisuales, esto se relaciona significativamente con el nivel educativo de la actual sociedad de consumo en el país. Y aunque hoy más que nunca existe una gran demanda de la imagen a través de sus múltiples canales y soportes, es lamentable el poco reconocimiento social que se otorga a quienes la generan; diseñadores generalmente y muy particularmente ilustradores profesionales de nueva generación que no han podido alcanzar el prestigio de sus antecesores, un grupo muy reducido de creativos provenientes de las artes plásticas y el diseño gráfico formados en su gran mayoría a partir de la década de los setentas del pasado siglo veinte.

En síntesis, el factor tecnológico ha determinado la diferencia entre ambos grupos y así como la disponibilidad de recursos técnicos fue indispensable para el desarrollo de la ilustración en la etapa que antecede la aparición de La Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, actualmente el acervo tecnológico es vital para la creación de imágenes como elementos gráficos dentro del diseño. En esta etapa, la ilustración no solo está presente en los medios impresos sino que además resulta inevitable para el discurso narrativo de la imagen en movimiento, concretamente en la animación. Evidentemente, la ilustración continúa siendo un elemento ineludible dentro del diseño, sin embargo no es precisamente requerida como actividad exclusiva a nivel profesional “en México”. Se puede apreciar que el Diseño y Comunicación Visual — en sus ámbitos, económico y cognitivo — se encuentra aún en progresión, por tanto el impacto de esta nueva disciplina a nivel ocupacional es aún limitado.

Toda vez que no se han identificado plenamente las diferencias entre el Diseño Gráfico y el Diseño y Comunicación Visual, como disciplina emergente, es posible que se de un crecimiento favorable de esta disciplina, gracias a la innovación de las actividades que la definen y a su desarrollo en relación a las necesidades

del entorno social en el que se desenvuelve. Si embargo la rentabilidad que presente la práctica de esta profesión es fundamental para su consolidación ya que gracias a este factor podrá determinarse su valor social como actividad. No por ello la formación del Licenciado en Diseño y Comunicación Visual debe estar limitada a los contenidos considerados como necesarios para la obtención de un empleo; es decir, no solo dotar al individuo de los conocimientos mínimos que le permitan desempeñarse con eficiencia en un determinado puesto; en este sentido, dar por hecho que las capacidades técnico cognitivas son la manera específica de acceder al conocimiento de esta disciplina es un error. La formación también debe orientarse a conocimientos que sirvan como base para modificar la desfavorable situación que actualmente atraviesa El Diseño y la Comunicación Visual y sobre todo la ilustración a nivel profesional.

La depresión que hoy alcanza a esta profesión se debe fundamentalmente a dos factores: los criterios de evaluación de su rentabilidad económica y productivista y el acelerado avance global (que básicamente provienen del exterior) de los sistemas de información que afecta el perfil tradicional del diseñador gráfico, haciendo que se considere el ejercicio de esta disciplina como una actividad subyacente a nivel nacional. Los cambios curriculares en esta área deberán estar en sintonía con esta realidad, sobre todo si se espera que en un futuro no muy lejano, una vez consolidado su campo ocupacional, los egresados puedan mejorar sus condiciones de inserción y permanencia en el mercado laboral.

En este sentido las modificaciones al actual plan de estudios de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual son ya indispensables y tendrían, en primera instancia, estar enfocada a las propias necesidades del alumnado sin tratar de que el empleo se convierta en el regulador básico para su formación. La pregunta lógica es si se tiene el conocimiento suficiente sobre los alumnos; por parte de la institución, como para determinar los contenidos adecuados para su formación; así mismo es indispensable profundizar sobre aquello que — en sus diferentes dimensiones: histórica, social, económica, política, etc. — implica el ejercicio profesional para un egresado. Por ello, la investigación sistematizada en estos campos más que pertinente resulta necesaria.

El desarrollo curricular en el nuevo plan de estudios, no solo debe estar diseñado tomando como referente el factor cuantitativo, de cuya suma de conocimientos se obtenga a una persona económicamente rentable, en este sentido la educación universitaria no debería estar encaminada a realizar una actividad específica — como es el caso de las orientaciones profesionales — sino al conjunto de relaciones cognitivas que pueden intervenir en el ejercicio de la actividad para la que se supone el alumno ha sido educado. Es decir una profesión para toda la vida, más que para realizar tareas específicas como parte de un empleo.

APÉNDICE A.

Principales competencias laborales.

COMPETENCIAS LABORALES	DESCRIPCIÓN DE LAS COMPETENCIAS LABORALES
<i>Adaptabilidad</i>	Consiste en entender los cambios en las tareas, las situaciones y el ambiente de trabajo, así como la lógica o las bases que los originan. Buscar activamente información acerca de las nuevas situaciones en el trabajo y reconocer en el cambio y en las nuevas situaciones la oportunidad para aprender y crecer; enfocándose en sus aspectos benéficos tratando de fomentar esta actitud en otras personas.
<i>Confianza</i>	Se trata de operar con integridad demostrando sinceridad en las opiniones y los pensamientos que se tienen respecto a personas o situaciones con el fin de que otros comprendan las posiciones personales. Mantenerse abierto a otras ideas y apoyar a otras personas, respaldando a quien lo merece aun enfrentándose a resistencias y desafíos.
<i>Aprendizaje continuo y crecimiento</i>	Se resume en saber enfocar las necesidades de aprendizaje e identificar las fuentes apropiadas de conocimiento; participar en actividades como, cursos, lecturas, estudio independiente, asesoría, etc. Asumiendo actitudes que permitan el mejor aprovechamiento como lo son: tomar notas, hacer preguntas, analizar críticamente la información, imaginar situaciones reales y realizar las tareas requeridas. Llevar a la práctica los nuevos conocimientos o habilidades poniéndolos a prueba mediante el ensayo y error. Así como adentrarse en situaciones desconocidas e incómodas a fin de aprender.
<i>Creatividad-innovación</i>	Enfocarse en áreas importantes para proponer innovaciones y aportar soluciones laborales significativas.
<i>Iniciativa</i>	Buscar de manera activa las oportunidades que puedan conducir tanto a beneficios importantes como a consecuencias significativamente negativas. Recopilar información para comprender las probabilidades de éxito, sus beneficios y las consecuencias del fracaso. Iniciar acciones a pesar de la incertidumbre con respecto a un resultado; estar dispuesto a aceptar las consecuencias del fracaso.
<i>Tolerancia al estrés</i>	Mostrar una actitud positiva y mantener relaciones interpersonales constructivas en situaciones de estrés. Desarrollar estrategias apropiadas según sea necesario, para modificar las condiciones que producen el estrés y preservar la salud física y mental.

<i>Impacto</i>	<p>Mantener una imagen profesional, apropiada para el mundo de los negocios.</p> <p>Mostrar una actitud serena; no mostrarse nervioso o extremadamente ansioso; cuando corresponda, responder de manera abierta y cálida.</p> <p>Hablar con un tono de voz que exprese confianza en si mismo.</p>
<i>Tenacidad</i>	<p>Persistir en los esfuerzos alcanzar un objetivo, a pesar de los obstáculos o las dificultades; trabajar activamente para superar los obstáculos cambiando de estrategias, esforzándose y usando múltiples enfoques.</p> <p>Redirigir un enfoque cuando es evidente que así no puede alcanzarse un objetivo; si es apropiado, redirija su energía hacia objetivos relacionados que sean posibles de lograr.</p>
<i>Asesoría</i>	<p>Establecer buenas relaciones interpersonales ayudando a que los individuos se sientan valorados, apreciados e incluidos en las discusiones (incrementar la autoestima, mostrar empatía, involucrar, revelar información, apoyar).</p>
<i>Comunicación</i>	<p>Concordar el mensaje con la experiencia, los antecedentes y las expectativas de los oyentes; usar terminología, ejemplos y analogías que sean significativos para los receptores.</p> <p>Verificar la comprensión pidiendo ideas a los oyentes; presentar el mensaje de diferentes maneras para mejorar el nivel e comprensión.</p> <p>Prestar atención a los mensajes de los otros; interpretar correctamente los mensajes y responder apropiadamente.</p>
<i>Trabajo en equipo, alianzas-colaboración</i>	<p>Establecer buenas relaciones interpersonales ayudando a los individuos a sentirse valorados, apreciados e incluidos en las discusiones (incrementar la autoestima, mostrar empatía, involucrar, revelar información, apoyar).</p> <p>Subordinar los objetivos personales Dando mayor prioridad a los objetivos de la organización que a los propios. Ofrecer ayuda a otras personas para el logro de los objetivos mutuos.</p>
<i>Orientación al cliente</i>	<p>Buscar de manera activa la información necesaria para entender las circunstancias, los problemas, las expectativas y las necesidades de los clientes.</p> <p>Compartir la información con los clientes a fin de consolidar su comprensión acerca de los asuntos y las posibilidades.</p> <p>Establecer una relación positiva y de colaboración con los clientes.</p> <p>Considerar la manera en que las acciones y los planes afectarán al cliente; responder rápidamente para satisfacer sus necesidades y solucionar los problemas; evitar excederse en el compromiso.</p> <p>Establecer sistemas de retroalimentación de los clientes Poniendo en práctica maneras eficaces de supervisar y evaluar las preocupaciones, los problemas y el grado de satisfacción de los clientes y prever sus necesidades.</p>

<p><i>Planeación y organización</i></p>	<p>Fijar prioridades identificando las actividades y asignaciones más importantes y menos importantes; adoptar las prioridades que sean necesarias.</p> <p>Definir los requerimientos del proyecto, parcializar la asignación de tareas; identificar el equipo, los materiales y el personal necesarios; y coordinarse con los aliados internos y externos.</p> <p>Asignar el tiempo apropiado para llevar a cabo el trabajo propio y el de los demás; evitar conflictos de horarios; laborar cronogramas y metas parciales.</p> <p>Aprovechar los recursos disponibles (individuos, procesos, departamentos y herramientas) para llevar a cabo el trabajo de manera eficiente.</p> <p>Usar eficazmente el tiempo e impedir que asuntos o distracciones irrelevantes interfieran con la realización del trabajo.</p>
<p><i>Conocimientos técnicos profesionales</i></p>	<p>El ambiente laboral de hoy día está constantemente bombardeado por cambios en la tecnología, las necesidades del mercado, las regulaciones y los competidores. A fin de mantener a sus organizaciones en un buen nivel de competencia, los individuos deben ser capaces de responder a estos cambios de manera rápida y eficaz, aplicando sus conocimientos y habilidades técnicos y profesionales. No sólo necesitan tener un conocimiento básico de las áreas relacionadas con su puesto, sino que también deben continuar aprendiendo a medida que pasa el tiempo.</p> <p>A pesar de que el nivel de pericia técnica requerido puede disminuir cuando se pasa de una posición de miembro de equipo a jefe, es esencial que los jefes mantengan un suficiente nivel de conocimientos para poder responder adecuadamente a las situaciones comerciales, y seleccionar, entrenar y asesorar a los miembros de los equipos en relación con los aspectos técnicos de sus trabajos.</p>
<p><i>Habilidad para ventas</i></p>	<p>Buscar información a fin de comprender las situaciones, las necesidades y los beneficios potenciales deseados.</p> <p>Desarrollar métodos que coloquen en una posición óptima a los productos, servicios o ideas; respaldar los factores de apoyo, superar o minimizar los obstáculos y abordar las necesidades y preferencias especiales de las personas clave en la toma de decisiones.</p> <p>Dar una impresión favorable en la interacción con clientes potenciales y actuales, a fin de construir relaciones positivas.</p> <p>Presentar los productos, servicios o ideas de manera tal, que muestre claramente cómo se daría satisfacción a las necesidades y proporcionarían beneficios; propiciar la confianza en los productos, los servicios o las ideas.</p> <p>Lograr compromisos. Usar técnicas apropiadas para incitar a los otros a que actúen o se comprometan.</p>

BIBLIOGRAFÍA

Agulló Tomás Esteban, Ovejero Bernal Anastasio, *Trabajo, individuo y sociedad: perspectivas psicosociológicas sobre el futuro del trabajo*, Ediciones Pirámide, Madrid, 2001.

ANUIES, *Catálogo de Carreras de Licenciatura en Universidades e Institutos Tecnológicos 2007*, México, 2007.

ANUIES, *Nuevas tecnologías, nuevas profesiones*, Institut Catala de Noves Professions, Barcelona, 1995 .

Biblioteca del Diseño Gráfico, *Ilustración I*, Naves Internacionales de Ediciones, S.A.

Colyer Martin, *Cómo Encargar Ilustraciones, Manuales de Diseño*, México, Ed. G. Gili, 1994.

Communication Arts, *Illustration Annual 40*, Ed. C&B, USA, 1999

Décimo Tercer Catálogo de Ilustradores de Publicaciones Infantiles y Juveniles, CONACULTA/FIJI México 2003, primera edición.

Díaz Barriga Ángel, *Empleadores de universitarios: un estudio de sus opiniones*, UNAM, Centro de Estudios Sobre la Universidad, Colección Problemas educativos de México, 1995.

Díaz Barriga Ángel, Pacheco Méndez Teresa, coordinadores, *La profesión: su condición social e institucional*, UNAM, Centro de Estudios sobre La Universidad, M. A. Porrúa, México, 1997.

Díaz Barriga Ángel, Pacheco Méndez Teresa, *La Profesión universitaria en el contexto de la modernización*, UNAM, Centro de Estudios sobre la Universidad, Barcelona, Pomares, México, 2005.

Díaz Guerrero Rogelio, *Psicología del mexicano*, Ed. Trillas, México, 1988.

Fleishman Michael, *Tu carrera como freelance (Ilustrador o diseñador gráfico)*, Ed. Dvine EGG.

Garay Sánchez Adrián de, *Los actores desconocidos: una aproximación al conocimiento de los estudiantes*, Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, México 2001.

Garza Enrique de la, Salas Carlos, *La Situación del trabajo en México*, Instituto de Estudios del Trabajo, México, 2003.

Gaxiola Carrasco Héctor E., *El neoliberalismo mexicano*, Universidad Autónoma de Sinaloa, facultad de Economía, Culiacán, Sinaloa, México, 2004.

Guzmán Gómez Carlota, *Entre el deseo y la oportunidad: estudiantes de la UNAM frente al mercado de trabajo*, UNAM, Centro regional de Investigaciones Multidisciplinarias, Cuernavaca, México, 1994 1ª edición.

Iturbe Josu, Peraza Miguel, *El arte del mercado en arte*, M. A. Porrúa, México 1998 segunda edición.

Martínez Fernández, Manuel. *Futuros de la universidad: UNAM 2025*, México, UNAM, Coordinación de Humanidades, M. A. Porrúa, 1996, pp 25

Mesa Liliana, Ontiveiros Manuel, *Salarios Profesionales. Una guía para la elección de carrera*, Tanvir ediciones, México, 2001 1ª edición.

Muños García Humberto, *Los valores educativos y el empleo en México*, UNAM, Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, M. A. Porrúa, México, 1996.

Peiró José María, Prieto Fernando, *Los jóvenes ante el primer empleo: El significado del trabajo y su medida*, Nau llibres, Valencia, 1993.

Primer Catálogo de Ilustradores de la ENAP, Universidad Nacional Autónoma de México, Escuela Nacional De Artes Plásticas, México 2003, primera edición.

Ramírez Patricia, Rodríguez Mauro, *Psicología del mexicano en el trabajo*, McGraw-Hill Interamericana, México, 2004, segunda edición.

Ruiz Iglesias, Magalys, *Profesionales competentes: una respuesta educativa*, IPN México, 2001.

Solana Fernando, compilador, *Educación, productividad y empleo*, Universidad Autónoma de Nuevo León, Fondo Mexicano de Intercambio Académico, Ed. Noriega, México, 1998.

Torre Villar Ernesto de la, *Ilustradores de libros. Guión bibliográfico*. UNAM, Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial, México 1999, primera edición.

Zabalza Miguel Ángel, *Competencias docentes del profesorado universitario*, Narcea, S.A. de Ediciones, Madrid, España, 2003.

Fuentes electrónicas

Adricaín Sergio, *En torno a la ilustración latinoamericana de libros para niños y jóvenes*, Free Weeb site hosting-Fressservers.com.

Criterios generales de política económica 2011, Secretaría de Hacienda y Crédito Público, <http://www.apartados.hacienda.gob.mx>

Ramales Osorio Martín Carlos, *Apertura comercial y crecimiento económico. El impacto del TLCAN sobre México*, www.eumed.net

Revista Emeequis. Periodismo inteligente. *Crea el Cinvestav curso para que egresados de licenciatura se integren al mercado laboral*, México. 12 de agosto de 2010, <http://www.m-x.com.mx/>

Sepúlveda Gerardo, *Sueldos y oportunidades laborales de los diseñadores (y creativos) en México*. Neopixel. Revista de diseño y artes creativas, México, 29 de Enero de 2011, <http://www.neopixel.com.mx>

<http://ilustracionmexico.com.mx>

Fuentes Hemerográficas

Neopixel, Revista de diseño y artes creativas, México, 2011.

Revista proceso, Edición Especial No. 15, 2004.

Revista Vértigo, No. 526, 2011.