



Sin título (sin fecha)
Acrílico sobre masonite—70x54 cm

ISSN: 2007 - 3860
PP: 98-113

LA ENSEÑANZA DEL DISEÑO GRÁFICO CON UN ENFOQUE RESPONSABLE

Teaching graphic design with a responsible approach

Sandra Altamirano Galván



RESUMEN. *En la actualidad el diseño gráfico ha tomado un papel cada vez más importante en la sociedad, se adentra día a día a los distintos medios masivos, incluyendo los nuevos medios de información y comunicación que tienen un gran alcance, logrando influir en los individuos que se encuentran en contacto directo con los mensajes transmitidos, por consecuencia la enseñanza del diseño en la universidad se torna un tema serio, al cual se le debe prestar una atención especial.*

PALABRAS CLAVE: *enseñanza - discurso - metodología - educación - creatividad - diseño.*



ABSTRACT. *At present the graphic design has taken an increasingly important role in society, everyday delves into the various media, including new media and communication have a great scope, achieving influence individuals who are in direct contact with messages transmitted, consequently design education in college is a serious issue, which should be paid special attention becomes.*

KEY WORDS: *teaching - speech - methodology - education - creativity - design.*

Los actores del proceso: docentes y alumnos, son piezas clave en la enseñanza-aprendizaje, pero también es fundamental la metodología y la estrategia utilizada en dicho proceso. Es importante dar el valor real al diseño gráfico en la sociedad y establecerlo como parte de la teoría en las aulas, creando una consciencia en los alumnos de la responsabilidad que tienen al estudiar y al aspirar a ser profesionales en el área.

Pero, ¿qué es el diseño gráfico? Como definición básica entendemos que es una forma de comunicación visual que transmite un mensaje a partir de elementos gráficos y textuales que integran una composición atractiva y funcional, dirigida a un mercado determinado.

Según Carmen Fontanilla (2007), por diseño entendemos aquella forma de comunicación que se sirve de determinados recursos, elementos gráficos y estéticos para transmitir un mensaje, por composición entenderemos la forma particular de utilizar y situar tales elementos y recursos, de forma que muestren una unidad conceptual en un ámbito determinado. Todos los elementos de una composición tienen, por sí mismos, un significado visual, y deben ser manejados adecuadamente

Según Carmen Fontanilla (2007), por diseño entendemos aquella forma de comunicación que se sirve de determinados recursos, elementos gráficos y estéticos para transmitir un mensaje

para conseguir una concordancia estética, significativa y funcional entre ellos. Los conceptos más utilizados en diseño gráfico son los elementos gráficos o formas, los colores, el equilibrio, el peso y la tensión, la dirección y el movimiento real y el simulado. Roger Walton, Keith Gillies, Lindsey Heppell (1985) definieron al diseño gráfico como la transformación de ideas y conceptos en una forma de orden estructural y visual.

El diseño gráfico es básicamente una actividad bidimensional que consiste en la disposición de formas en una superficie, habitualmente plana, limitada por cuatro lados. Dentro de esa superficie aparecen palabras e imágenes. El número de palabras puede ir desde una sola hasta un texto en varias líneas.

Las imágenes pueden ser fotografías, dibujos o formas abstractas con poco o ningún sentido fuera del contexto preciso de esa superficie. Según sus palabras, es el arte de hacer libros, revistas, anuncios, envases o folletos. Esta última parte de la definición de los autores, llama la atención y po-

demostramos relacionarla en la actualidad con las diversas ramas del diseño que existen tales como el Diseño de Identidad, Diseño Editorial, Diseño Publicitario, Diseño de Empaque, entre otras, y además con las Nuevas Tecnologías de la Información surge el Diseño Web, logrando un desarrollo a través de los nuevos medios, en una mayor interactividad con el usuario. El diseño es un vehículo de la información; con ello emerge un nuevo elemento, sustancial en el orden científico, tecnológico, político y cultural: la comunicación/información: flujo y soporte al mismo tiempo (Fuentes, 2005).

Estas definiciones que hemos presentado anteriormente nos muestran un enfoque relacionado en mayor medida con los componentes del diseño, los elementos que lo conforman y el significado que adquiere según el fin y el mensaje que se desea transmitir.

Sin embargo, el diseño va más allá de los elementos gráficos y textuales, va más allá de las formas y la estructura, como vehículo de información tiene un

trasfondo mucho más profundo que es fundamental para su creación.

LA INTENCIÓN SUPERIOR DEL DISEÑO GRÁFICO

Según Helfand, el diseño gráfico es un “lenguaje visual que aúna armonía y equilibrio, luz y color, proporción y tensión, forma y contenido”. Pero también es un lenguaje idiomático, un lenguaje de señales y retruécanos, símbolos y alusiones, de referencias culturales y deducciones de percepción que retan al intelecto y a la vista (Helfand citada por Shaughnessy, 2005, p.18).

Con esto hablamos de una intención superior del diseño gráfico, pero también del poder de expresión que tiene en las personas. Por lo general, se tiene una idea del diseño en cuanto a las formas, los colores, la composición, pero ¿qué hay detrás del diseño gráfico? ¿qué implica un mensaje? y ¿qué tan responsables somos con respecto a la creación de los mensajes en una sociedad? El diseño no es solo unir formas, tipografías y colores en un plano. El diseño es un mensaje con un sentido trascendental. Y al abordar este tema,

nos adentramos en el diseño gráfico como un medio fundamental en la comunicación visual. Según Joan Costa, (2008) su designio más noble es trabajar para mejorar nuestro entorno visual, hacer el mundo inteligible y aumentar la calidad de vida, aportar informaciones y mejorar las cosas; difundir las causas cívicas y de interés colectivo y la cultura. Su especificidad como disciplina es transmitir sensaciones, emociones, informaciones y conocimiento.

Jorge Frascara menciona que:

Todo proyecto de diseño persigue un impacto operativo: afectar el conocimiento, las actitudes o las conductas de la gente en una forma dada. Pero además, todo objeto comunicacional o físico colocado en el espacio público ejerce un impacto cultural como efecto lateral. Este impacto cultural afecta la manera en que las personas se relacionan con las cosas y con otras personas, y contribuye a la creación de un consenso cultural.

Debemos tratar de comprender este impacto cultural para poder

actuar con más responsabilidad en nuestra tarea creativa (Frascara citado por Castro y Rosé, 2005, p.121).

Y nos centramos en estas últimas palabras de Jorge Frascara cuando menciona “actuar con más responsabilidad en nuestra tarea creativa”, dos términos surgen de esta frase: responsabilidad y creatividad. Cuando hablamos de responsabilidad hacemos referencia al aspecto social, esto permite relacionar al diseño gráfico con la mejora de la calidad de vida de las personas. Sabemos que la creatividad está presente siempre en el desarrollo del diseño gráfico. La creatividad además permite la solución de problemas de una manera mucho más diversa.

El desarrollo de la creatividad nos da la posibilidad de vivir bien, al ver las situaciones de la vida cotidiana de una manera diferente y buscar las soluciones para nuestros problemas, tanto de orden personal como profesional. Por eso es necesario destruir los procedimientos rutinarios del día a día, el itinerario de siempre, la misma forma de hacer las cosas, es necesario vivir y



estimular las diferentes perspectivas para tener nuevas respuestas (De Felipe, 2004).

Los individuos somos capaces de generar cambios en nuestras vidas, cuando sentimos esa necesidad interna de hacerlo, comenzamos a desarrollar nuestra creatividad en las diversas situaciones que se nos presentan, generamos nuevas ideas y nos impulsamos hacia nuevos horizontes, con el deseo de conocer diferentes formas de hacer las cosas y de mejorar lo existente (Altamirano, S. 2011).

El concepto de calidad de vida representa un término multidimensional de las políticas sociales que significa tener buenas condiciones de vida “objetivas” y un alto grado de bienestar “subjetivo” y también incluye la satisfacción colectiva de necesidades a través de políticas sociales en adición a la satisfacción individual de necesidades (Palomba, 2002, p. 3).

La calidad de vida puede percibirse desde distintas perspectivas, física, psíquica, emocional. Sentirse bien físicamente, resistir a las enfermedades, saber controlar el estrés, la ansiedad, disfrutar de cada momento, asumir responsabilidades, estar en plenitud, en armonía consigo mismo,

|||||
El desarrollo de la creatividad nos da la posibilidad de vivir bien, al ver las situaciones de la vida cotidiana de una manera diferente y buscar las soluciones para nuestros problemas.
|||||

en paz. Una persona con calidad de vida es aquella que tiene bienestar de manera integral, es decir, se siente en armonía y bien en todos los aspectos de su vida (Altamirano, S., 2011).

Bernard menciona que entre los diseñadores gráficos existen quienes entienden que su trabajo está basado en una plataforma técnica y artística, pero con un propósito cultural general que va más allá de una simple forma de discurso operativo. En consecuencia, el objetivo va más allá del mensaje.

El diseño gráfico es una manera global de intervenir en el debate cultural que se desarrolla permanentemente en la sociedad (Bernard citado por Frascara, J., Meurer, B., Toorn, J., Winkler, D., 2004:182). El diseño gráfico debe aspirar a un fin que va más allá de las simples formas, de la composición, se debe pensar en el diseño gráfico como un medio para mejorar nuestra calidad de vida, nuestra sociedad, nuestra cultura, debe enfocarse en transmitir conocimiento, en despertar en los individuos un espíritu proactivo y que

puedan leer y encontrar en el diseño, mensajes que le den mayor sentido a la cotidianidad. Una responsabilidad cultural del diseñador es la de producir comunicaciones que realmente comuniquen algo. Sin comunicación no hay cultura, pero la cantidad de comunicaciones sin información que llenan el espacio de hoy crea en la gente la sensación de pertenecer a la edad de la información mientras que, en general, lo que nos rodea son signos de información.

Todos los objetos con que nos rodeamos forman un lenguaje más allá del lenguaje, son una extensión de nosotros mismos, una visualización de lo invisible, un autorretrato, una manera de presentarnos a los demás y una dimensión esencial de la humanidad (Gamonal, R., 2011).

El desarrollo del diseño gráfico y sus tendencias dentro de un contexto están relacionadas directamente con la sociedad y por lo tanto, existe un código cultural inmerso en el proceso de creación de los mensajes, en algu-

nos casos de manera consciente en algunos otros de manera inconsciente, pero lo importante es que el diseñador entienda su papel y tome consciencia de los niveles de comunicación que puede alcanzar a través del diseño gráfico para aumentar su responsabilidad con la cultura y con la mejora de la calidad de vida de su entorno.

EL ENFOQUE SOCIAL EN LA EDUCACIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO

Este es un aspecto poco abordado en la educación del diseño, por lo general, el centro de atención en las aulas es la teoría unida a la práctica en la creación de productos a partir de elementos gráficos que conforman la composición y que va dirigido a un público específico. Por lo tanto, el alumno se centra en la solución de los problemas de diseño y de la creación del mensaje hacia un mercado meta.

Este enfoque no es errado, es parte de su función. Pero, ¿por qué no darle un sentido mayor al diseño gráfico desde la educación del mismo en las aulas? Enseñarle al alumno que puede lograr mucho más que la transmisión de un simple mensaje al cliente, sino que además, puede influir en el logro de una mejor cultura y una mejora en la calidad de vida de la sociedad a través de la creación de sus mensajes. ¿Hasta dónde se ha abordado este tema en

las aulas? ¿Hasta dónde se ha reflexionado sobre la actividad del docente y su responsabilidad social dentro del aula?

Distintos pensadores han considerado “el educar” como una acción, un proceso de cambio, aprendizaje y enriquecimiento del ser humano que han analizado y definido desde ópticas y vertientes diferenciadas, acentuándose el carácter socializador como acción de la sociedad sobre el individuo en unos casos, o resaltando el aspecto personal, participativo y activo del individuo en sociedad (Izquierdo, C. 2000).

La educación tiene la función de generar cambios y evoluciones en la sociedad, enriquecerla con las acciones de los individuos, que a partir del conocimiento logran tener mayores herramientas y habilidades para la reflexión, la crítica, la autocrítica, el análisis que los lleve a cuestionar su realidad y por tanto lleguen a la investigación de ese contexto que los rodea.

Elliot Eisner (1995), menciona sobre la educación de arte, que el aspecto más importante desde el punto de vista del estudiante, es aquello que sucede en la clase o en la escuela. En la medida en que las escuelas sigan siendo el principal vehículo social a través del cual se ofrece educación formal, el carácter de

la enseñanza será un tema central a considerar por quienes desean mejorar la calidad de la educación.

Si aplicamos esta afirmación de Eisner a la educación del diseño, podemos establecer una relación en cuanto a que si el diseño es un vehículo de información, la educación del mismo, debe ser ese vehículo social que vincule la responsabilidad de los estudiantes con su cultura, se debe tornar un aspecto básico en el que el docente también se adentre en este compromiso.

Los profesores de las escuelas de diseño tienen la responsabilidad de formar diseñadores integrales, críticos y con responsabilidad social. En este sentido, las estrategias docentes de una escuela de diseño requieren ser el resultado de una visión compartida de lo que debe ser la enseñanza del diseño como respuesta a las necesidades de la sociedad de hoy. Asimismo, de una evaluación continua de las experiencias para establecer criterios que ayuden la implementación de la teoría (Zavarce, E., 2005).

Esta realidad permite buscar una integración en las aulas con respecto a la verdadera función del diseñador y el proceso enseñanza-aprendizaje del diseño gráfico. ¿Qué enfoque se le da a las estrategias y a la metodología en el



proceso de enseñanza? ¿Cómo se lleva a cabo el aprendizaje?

György Kepes mencionaba, desde 1949, que la obsesión actual por la velocidad y la cantidad ha influido profundamente en nuestra manera de pensar y de sentir. La producción y la comunicación masivas, con su característica visión y pensamientos estandarizados, han elaborado las ideas hasta la exageración y las han convertido en estereotipos gastados.

Por lo común, confundimos el eslogan con la verdad, la fórmula con la forma viviente, la repetición de la costumbre con la continuidad cultural. La inercia nos hace cargar con este cadáver de pensamientos sin vida a todos lados. Para detener el agotamiento de la vida de las palabras que usamos, de las ideas y propósitos que nos guían, debemos reacondicionar nuestro equipamiento mental en todo momento (Kepes, citado por Bierut, M., Helfand, J., Heller, S., Poyner, R., 1999).

Esta afirmación no está alejada de la realidad actual, continuamos con esa velocidad y esa cantidad desenfrena-

da de mensajes a través de los medios masivos de comunicación, así también el uso de los estereotipos crean imágenes gastadas que necesitan un reacomodo mental para la creación de nuevas ideas y la producción de mensajes con una función mucho más enriquecida con situaciones cotidianas a las que se enfrenta la sociedad.

El alumno debe comprender y hacer propia la función del diseñador y su papel en la sociedad, así también debe entender los problemas reales para llegar a respuestas que le permitan lograr soluciones integrales en la creación del diseño gráfico, soluciones que además estén inspiradas por la creatividad, motivando así a la creación de propuestas originales que provoquen un cambio en los individuos.

Pero, ¿cómo puede llegar el alumno a este resultado? Es importante estar conscientes que el docente debe inspirar y motivar al alumno para que llegue a esas respuestas. Debe llegar al aula con una visión mucho más responsable de sus objetivos, de lo que como docentes son capaces de lograr en el alumno. Es cierto que el alumno

debe tener ya una motivación intrínseca con respecto a su aprendizaje pero el docente también puede inspirarlos a adquirir un mejor y mayor conocimiento.

Los docentes en el área del diseño deben tener claro qué enseñar, de qué forma transmitirán el conocimiento y cuál es el motivo por el cual han de hacerlo. Los profesores que son a la vez profesionales del diseño en reiteradas ocasiones pueden perder de vista los objetivos de la enseñanza: el aprendizaje (Sánchez, M., 2009).

El docente debe tener también una motivación interna, como parte de su vocación, desde el momento en que decide estar al frente de un grupo para hablarles y transmitirles conocimiento, pues el objetivo principal de su desempeño en el aula es la enseñanza que debe encaminar en todo momento al aprendizaje del alumno.

Los docentes, en su afán de evidenciar, mostrar y demostrar las capacidades y conocimientos que usan para diseñar, olvidan que sus estudiantes están aprendiendo, y pasan por alto una se-

rie de pasos necesarios para diseñar (Calles citado por Sánchez 2009).

El docente del área de diseño gráfico antes que cualquier cosa debe entender su papel en el aula, debe tener claro que antes que ser diseñador es un facilitador del aprendizaje del alumno, por lo cual, demostrar sus capacidades en el diseño puede ser una parte importante para el estudiante, pero es además fundamental que pueda transmitir ese conocimiento que posee, a través de estrategias que permitan que el proceso de enseñanza-aprendizaje sea efectivo.

El docente además debe entender el papel del diseño gráfico en la sociedad y a partir de ello, crear estrategias que involucren al alumno en esas problemáticas sociales que nos inundan día con día para que se adentre en las necesidades reales a las que nos enfrentamos y llegue a soluciones comprometidas y responsables con su contexto social.

Se requieren docentes comprometidos con la enseñanza y dispuestos a ser creativos en la ejecución de la conceptualización de la práctica, flexibles en los procesos e integradores de conocimientos de las más amplias áreas. Es necesario provocar un cambio en el enfoque de los proyectos; éstos de-

ben traducir una visión de la sociedad como el conjunto de interacciones de roles de los ciudadanos; éstos son “al mismo tiempo, cósmicos, físicos, biológicos, culturales, cerebrales, espirituales” (Morin, 1999:40).

En este sentido, el estudiante puede relacionar la teoría con la práctica, la información con el conocimiento, el conocimiento con el pensamiento y este último con la vida. Esto se logra al relacionar la experiencia diaria y determinar los diferentes roles que ejercitamos día tras día y cómo, con nuestra acción disciplinar, podemos incidir en esa realidad para mejorarla (Zavarce, E., 2005).

El docente del diseño gráfico debe utilizar estrategias creativas en el aula, influyendo así al alumno para generar creatividad en sus proyectos, de igual manera es importante incluir en esas estrategias, problemáticas actuales, para motivar al alumno a la creación de soluciones reales y propuestas originales en la sociedad. David Thierry García (2006) menciona que:

Es imperante entonces saber elaborar los objetivos, para el profesor que imparte taller es determinante identificar las habilidades docentes esenciales que necesita para desarrollar y propiciar aprendizajes significativos mediante el manejo

de estrategias que promuevan una enseñanza efectiva y que estén dirigidas a garantizar la calidad de la educación universitaria (Tierry citado por Sánchez, 2009, p. 3).

Es fundamental que el docente sea un investigador que se encuentre continuamente analizando y reflexionando las tendencias e innovaciones en el diseño gráfico, para inspirar al alumno a convertirse también en un investigador de su área. Es necesario actuar, educar con el ejemplo, frase que seguramente hemos escuchado tiempo atrás.

El diseñador gráfico, como comunicador debe tener el conocimiento técnico, contextual y global y la creatividad para poder informar, persuadir, educar y conmover, con un sentido de responsabilidad social, y así ayudar a la comprensión, coexistencia y coparticipación de todos los individuos en la sociedad.

En consecuencia, la docencia del diseño gráfico requiere resaltar la importancia del potencial papel del diseñador gráfico, como factor que puede contribuir a la disminución de la degradación ambiental y social, que según Faud-Luke puede ser, en muchos casos, mayor que la de los políticos y los economistas (Faud-Luke citado por Zavarce E., 2005).

Si los docentes están inmersos en el diseño gráfico, su papel es aún mucho más fuerte, pues se toma la importancia de ser diseñadores gráficos y la importancia de ser docentes del área de diseño gráfico. Por tanto, deben ser conscientes de que su trabajo dentro del aula es fundamental, pero también fuera de la misma, con sus acciones y la propia responsabilidad social que los lleve a transformar su contexto y a mejorar la educación a partir de sus propios cuestionamientos y su constante investigación.

Afirmamos que el diseño no es un simple oficio que pueda aprenderse mediante la mera práctica, en oposición a quienes, todavía, sostienen que “a diseñar se aprende diseñando”.

El Diseño gráfico es una profesión que, gracias al esfuerzo de los egresados de las universidades, ha ido adquiriendo relevancia en el campo de las comunicaciones sociales y que exige de sus practicantes una sólida formación: técnica, conceptual, humanística y con-

textual, acorde a su responsabilidad profesional y al rol activo que desempeñan en el universo comunicacional en cuya trama se desenvuelven (Valdés de León, G., 2009).

Y así como el diseño gráfico exige a sus practicantes ese rol activo en el universo comunicacional y profesional, de la misma manera exige a sus docentes una responsabilidad mayor en el aula y fuera de ella. Mayor investigación sobre temas diversos de actualidad y específicamente del diseño gráfico, una constante preparación en el manejo de software, así como de las TICs, redes sociales y su uso en la educación, así como conocimiento sobre lo que sucede en el día a día.

Enseñar diseño es una cosa muy seria, como también lo es aprenderlo. Significa muchos años de formación, reflexión y práctica. Más años de curiosidad, búsqueda y audacia son los elementos comunes para ambas partes del proceso educativo en diseño. Es la interiorización de la mirada, del mirar

mediando ya no centímetros o milímetros en los elementos que utilizamos, sino capacidades de comunicación, para las que no hay, o al menos no las conocemos, unidades de medida (Fuentes, R. 2005).

Desde el punto de vista de Heiner Jacob (1991), en el centro de la enseñanza del diseño no debe haber un dogma de buena forma, sino un estudiante en el contexto del proceso de aprendizaje. Por lo tanto, se centraba en el alumno y es un aspecto que en la actualidad se aplica en los planes de estudio de las universidades con la educación basada en competencias.

Jacob presentaba objetivos educativos definidos en términos operativos como actividades: las cosas que se espera que los alumnos sean capaces de hacer. Y definía los objetivos en cuatro áreas diferentes:

- Destreza: habilidad manual con herramientas y equipo.
- Metodología: evolución gradual del estilo individual de trabajo, la habilidad para planificar, estructurar y evaluar el propio proceso de trabajo.
- Conocimiento: conciencia de la profesión del diseñador y el papel del comunicador en las industrias de medios de comunicación.

El diseñador gráfico, como comunicador debe tener el conocimiento técnico, contextual y global y la creatividad para poder informar, persuadir, educar y conmovir, con un sentido de responsabilidad social.

- Sensibilidad: que puede definirse en tres niveles: en primer lugar, pertenece al ámbito del «sentimiento» del diseñador por lo estético, su sentido del «estilo» y la calidad. El término sensibilidad también puede interpretarse como sensibilidad hacia temas importantes, conciencia de los problemas sociales o individuales, saber apreciar el *Zeitgeist*, un verdadero interés en la cultura y en la sociedad. Finalmente, el término sensibilidad también puede utilizarse para describir la habilidad en desarrollo del estudiante para discriminar, desarrollar una serie de valores y el sentido del juicio.

Esto, aplicado a la enseñanza, significa que un curso de diseño debe intentar combinar elementos de las cuatro áreas (destrezas, conocimientos, metodología y sensibilidad) en cada proyecto de trabajo.

La idea planteada por Heiner Jacob es: desarrollar una serie de objetivos operativos en cada una de las cuatro áreas, que definan lo que se espera que el estudiante sepa hacer. Después, diseñar sucesivos proyectos y asignar a cada proyecto una combinación de objetivos provenientes de las diferentes áreas, a ser posible las cuatro, para conseguir una síntesis significativa.

Esta propuesta de Jacob es interesante para su aplicación en el aula y ya se utiliza en la enseñanza del diseño gráfico mediante la cual el alumno llega a la comprensión de conceptos, a la verdadera interiorización de los objetivos, llegando a un conocimiento a partir de la reflexión, del análisis, de sus habilidades, de una metodología puesta en práctica en un proyecto específico. Pero nos interesa prestar mayor atención en el último objetivo que es la sensibilidad en cuanto a que el alumno tome conciencia de los problemas sociales o individuales, que despierte un interés por su cultura y los valores de la misma.

Berman (citado por Escribano, 2004), en su propuesta de educación para la responsabilidad social pone énfasis en la importancia de los medios educativos y desde aquí solo un medio educativo, orientado a metas y valores puede comprometer nuestra manera de actuar y nuestra manera de ser.

En este sentido, Contreras (citado por Escribano, 2004: 20) señala también que: “el debate sobre los valores no es algo que quede al margen del conocimiento didáctico, antes bien, es un elemento constitutivo esencial del mismo”.

Yolanda Argudín (2005) menciona que, en 1998, durante la Conferencia Mun-

dial sobre la Educación, celebrada en la sede de la UNESCO, se expresó que es necesario propiciar el aprendizaje permanente y la construcción de las competencias adecuadas para contribuir al desarrollo cultural, social y económico de la Sociedad de la Información, ligando a la educación a cuatro funciones principales:

- Una generación con nuevos conocimientos (las funciones de la investigación)
- La capacitación de personas altamente calificadas (la función de la educación)
- Proporcionar servicios a la sociedad (la función social)
- La función ética (que implica la crítica social)

Estas funciones que se mencionan, podemos ligarlas directamente con el diseño gráfico, en cuanto a la generación de conocimientos a partir de la investigación y ese aspecto que nos compete en este momento, en cuanto a la función social y ética, que debe vincularse a la educación del diseño.

Gardner (1998), en su Teoría de las Inteligencias Múltiples, distingue de la siguiente manera las competencias que han de construir los alumnos, por ejemplo, en el área del arte:

- Producción: Hacer una composición o ejecutar una interpretación

table, discriminable, atractivo y convincente.

- Responsabilidad Ética: La creación de mensajes que apoyen valores humanos básicos.
- Responsabilidad Social: La producción de mensajes que hagan una contribución positiva a la sociedad o, al menos, que no importen una contribución negativa.
- Responsabilidad Cultural: La creación de objetos visuales que contribuyan al desarrollo cultural más allá de los objetivos operativos del proyecto.

En la docencia del diseño gráfico se ha desarrollado mucho más la propuesta de Heiner Jacob y hacemos referencia a:

- Destreza: en las unidades de aprendizaje enfocadas a taller, en donde se trabaja en esa habilidad manual con las herramientas, los materiales, los equipos, incluidos los software de diseño.
- Metodología: puesto que a partir de proyectos el alumno va planificando y estructurando su proceso de creación.
- Conocimiento: en cuanto a que se desarrollan los temas que abarcan la teoría y el objetivo principal es que el alumno la digiera poco a poco.
- Sensibilidad: a lo estético, a la calidad de las cosas.

Pero sería interesante unir ese proceso de enseñanza-aprendizaje mencionado por Jacob a otros objetivos como los propuestos por Jorge Frascara y además incluir la propia creatividad día con día, así como realizar investigación incitando al alumno a aplicar mucho más su creatividad y a despertar su interés por la búsqueda y el análisis visual de su contexto social. Y esto incluye que como docentes se superen también cada día las capacidades, las destrezas, la metodología de enseñanza, desarrollando un mayor conocimiento con la propia investigación y ser más sensibles a las problemáticas sociales y a las mismas problemáticas en el aula a las que nos encontramos inmersos diariamente, analizar el rol del docente y su interacción con el alumno, tener conocimiento de la efectividad del proceso para llegar al aprendizaje significativo.

El diseño, el diseñador y la enseñanza del diseño gráfico deben extraerse de los altos niveles en los que normalmente se coloca e introducirse en el ámbito cultural, debe involucrarse con su función social, diseñar para servir y contribuir con el desarrollo de propuestas para las necesidades de una sociedad con problemáticas diversas y con mayores expectativas con respecto a la mejora de su calidad de vida.

El diseño sirve para hacer el mundo más inteligible, para mejorar la vida

de las personas y para hacer más comprensible nuestro entorno, entre otras cosas. El diseñador de hoy tiene una función primordial en la sociedad, en las campañas por salvar este planeta de la catástrofe en la que lo hemos dejado, mensajes por la convivencia, la paz, la fraternidad, la solidaridad, la educación, la recreación, y todo lo que el hombre moderno requiere para estar informado y en permanente toma de conciencia sobre su ser, el otro y el entorno en el que vive (Soto, C. 2010).

Como diseñadores y como docentes se debe estar consciente que el diseño gráfico ayuda a mejorar la calidad de vida, ¿por qué no utilizar esta teoría también en el aula y pensar en mejorar la calidad de vida como docentes, y la calidad de vida de los alumnos? Crear un ambiente de calidad en el proceso de enseñanza-aprendizaje a partir de estrategias creativas aplicadas día con día y con una mayor sensibilidad a las situaciones a las que se enfrentan en el propio contexto educativo.

Y por esto como docentes se debe generar una destreza en el alumno para utilizar sus herramientas de trabajo de una manera más creativa, impulsándolo a buscar siempre nuevas formas de resolver los problemas a los que se enfrenta, así también el alumno deberá ser un autodidacta en cuestiones de

aprendizaje y desarrollo de sus propias destrezas y habilidades.

De igual manera, es fundamental crear una metodología en la que se incluya una planificación estratégica de los objetivos a lograr en el proceso de enseñanza-aprendizaje, puesto que a partir de esta estructura se logrará una verdadera comprensión del alumno y una mayor calidad en el ambiente educativo.

El conocimiento como punto básico en la tarea del docente, que lo lleva al análisis diario, a la reflexión, a la investigación, que logre ser motor en su desempeño en el aula, así también el mantenerse en constante comunicación con el alumno para conocer sus inquietudes y sus avances, no hay nada más importante que esto para saber si la metodología utilizada es efectiva ó debe hacer cambios para mejorar el aprendizaje.

Y por último, la sensibilidad que se debe despertar en el alumno, pero también a partir de la sensibilidad del docente, y con esto, establecer lo propuesto por Frascara logrando:

- Una mayor responsabilidad profesional, generando mensajes de calidad, atractivos, convincentes funcionales y mayor desarrollo de la creatividad.

- Una responsabilidad ética, apoyando los valores humanos, entre ellos los derechos de autor, de propiedad intelectual, con los cuales estamos en contacto directo y que son sumamente importantes desde que el alumno se desenvuelve en el aula.
- Una responsabilidad social, entendiendo el papel fundamental del diseñador en la sociedad a partir de la creación de mensajes positivos y que resalten los valores.
- Y por último, la responsabilidad cultural, comprendiendo que el diseño va más allá de esa definición formal que hemos mencionado al inicio de este texto, el diseño tiene un sentido trascendental y es un lenguaje que viaja a través de la mente de cada individuo y es capaz de transformar.

Se propone que el docente tome en cuenta estos aspectos:

- Responsabilidad profesional: en su desempeño con su materia a impartir, a partir de los objetivos, con los alumnos.
- Responsabilidad social: mayor atención a la sociedad, mayor atención al alumno, proponer soluciones nuevas y creativas, estrategias de aprendizaje atractivas para el alumno.
- Responsabilidad cultural: más in-

vestigación y preparación constante actualización.

- Mayor responsabilidad ética: Respeto a las ideas de los alumnos, así como la difusión de la protección de sus derechos.

En general, para crear responsabilidad social, es básico ser responsables con la sociedad, la sociedad a la que se está inmerso como docente está directamente relacionada con los alumnos, por lo tanto, si el punto de partida de los docentes y su centro de atención en las aulas son los alumnos, serán responsables socialmente, pues estarán contribuyendo a una mejora de la calidad de vida de los individuos en nuestro contexto.

Y así, el papel del docente se vuelve también fundamental, al ser pieza clave para crear una cultura de mayor responsabilidad social, al entender que el diseño gráfico no es solo saber manejar un software, no es solo crear una composición atractiva, no es solo crear un mensaje que funcione, sino que además un profesional del diseño gráfico, es quien se encuentra atento a lo que pasa en su contexto social, es consciente de las problemáticas con las cuales se enfrenta en la realidad, es reflexivo, crítico y además posee un conocimiento global de su cultura y es capaz de crear mensajes que transfor-

man. Si la función social del diseño gráfico es mejorar el entorno visual de la sociedad y además pretende influir en el conocimiento y en las actitudes de los individuos, nos encontramos ante una profesión con una gran responsabilidad social. La educación del diseño gráfico debe tomar un papel serio y por tanto, requiere un mayor compromiso de quienes están inmersos en este contexto.

REFERENCIAS

- ALTAMIRANO, SANDRA. (2011). *La creatividad como factor de influencia en la mejora de la calidad de vida de las personas. Tesis para obtener el grado de Maestría en Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Nuevo León.*
- ARGUDÍN, YOLANDA. (2005). *Educación basada en competencias: nociones y antecedentes. México D.F.: Ed. Trillas.*
- BIERUT, MICHAEL, HELFAND, JESSICA, HELLER, STEVEN Y POYNOR, RICK. (1999) *Fundamentos del diseño gráfico. Buenos Aires: Ediciones Infinito.*
- CASTRO, EDGARDO Y ROSÉ, CLAUDIA. (2005). *El diseño en función social. Obtenido el 3 de Enero desde http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/1235/castroHuellas5.pdf*
- COSTA, JOAN. (2003). *Diseñar para los ojos. Bolivia: Grupo Editorial Design.*
- DE FELIPE, MARIA INÉS. (2005). *A importância da criatividade na qualidade de vida. Obtenido el 29 de Octubre desde <http://www.iacat.com/Revista/recrearte/recrearte02/mines01.htm>*
- EISNER, ELLIOT (1995) *Educar la visión artística. Buenos Aires: Paidós Educador.*
- ESCRIBANO, ALICIA. (2004). *Aprender a enseñar: fundamentos de didáctica general. Universidad de Castilla La Mancha.*
- FONTANILLA, CARMEN, BASTOS, ANA. (2007). *Técnicas de diseño de escaparates: guía práctica de métodos, materiales y procedimientos. España: Ed. Ideas propias, S.L.*
- FRASCARA, JORGE, MEURER, BERND, TOORN, JAN VAN, VINKLER, DIETMAR. (2004). *Diseño gráfico para la gente: comunicaciones de masa y cambio social. Buenos Aires: Ed. Infinito.*
- FUENTES, RODOLFO. (2005). *La práctica del diseño gráfico. España: Ediciones Paidós Ibérica.*
- GAMONAL, ROBERTO. (2011). *Retórica aplicada a la enseñanza del Diseño Gráfico Madrid: Revista Icono14:410-422.*
- GARDNER, HOWARD. (1998). *Inteligencias múltiples. Buenos Aires: Ed. Paidós.*
- IZQUIERDO, CIRIACO. (2000). *Ética: Educar para la construcción de la sociedad. Ediciones Paulinas.*
- JACOB, HEINER. (1991). *Un enfoque integrado de la enseñanza del diseño gráfico. Obtenido el 10 de enero desde <http://td.elisava.net/coleccion/6/jacob-es>*
- PALOMBA, ROSELLA. (2002). *El concepto y medición de la calidad de vida en adultos mayores, ponencia presentada en el Taller sobre calidad de vida y redes de apoyo de las personas adultas mayores. CELADE/División Poblacional de la CEPAL, Santiago, Chile., 24 de julio de 2002.*
- SÁNCHEZ RAMOS, MARÍA EUGENIA. (2009). *La enseñanza del diseño gráfico en base a las competencias profesionales. Obtenido el 3 de enero desde http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=147&id_articulo=5973*
- SHAUGHNESSY, ADRIAN. (2005). *Cómo ser diseñador gráfico sin perder el alma. Barcelona: Index Book.*
- SOTO MANCIPE, CARLOS ROBERTO. (2010). *Pedagogía en diseño: una responsabilidad social. Obtenido el 16 de enero desde http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2010/administracion-concursos/archivos_conf_2011/332_1897_215con.pdf*
- VALDÉS DE LEÓN, GUSTAVO. (2010). *Diseño gráfico: ¿qué debemos enseñar? Obtenido el 3 de enero desde <http://www.palermo.edu/dyc/congreso-latino/pdf/valdes.pdf>*
- WALTON, ROGER, GILLIES, KEITH, HEPPEL, LINDSEY. (1985). *Haga usted mismo su diseño gráfico. Londres: Ed. Hermann Blume.*
- ZAVARCE, ELSY. (2005). *Consideraciones conceptuales para las estrategias docentes. Obtenido el 3 de enero desde <http://www.revistas.luz.edu.ve/index.php/ed/article/viewFile/1184/1152>*



**Sandra Guadalupe
Altamirano Galván**

Licenciada en Artes Visuales con acentuación en Artes Gráficas, egresada de la Facultad de Artes Visuales de la UANL, cuenta con una Maestría en Ciencias de la Comunicación con acentuación en Nuevas Tecnologías de la UANL. Ha trabajado en diversas áreas del diseño, tales como identidad corporativa, desarrollo de campañas publicitarias, fotografía, diseño editorial, entre otros. Su trabajo también se desarrolla en el área musical, como composición, grabación de jingles y radio. Actualmente se encuentra trabajando en proyectos de diseño gráfico y publicidad, imparte clases del área editorial en la Facultad de Artes Visuales de la UANL.

Recibido: febrero 2015

Aceptado: abril 2015

IIII NORMAS PARA AUTORES IIII

Imaginario Visual es una revista impresa de forma semestral coordinada por el Centro de Investigación y Posgrado de la Facultad de Artes Visuales de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Tiene como principal objetivo la difusión de propuestas de estudios visuales en sus diferentes aproximaciones y campos de conocimiento, y el desarrollo de los procesos educativos a través del arte.

Tiene como visión el ser reconocida por su contenido y la generación de nuevos enfoques del conocimiento y la formación de lectores capaces de analizar e incidir en la realidad del campo de los estudios visuales y de la educación en el arte.

COBERTURA TEMÁTICA

ESTUDIOS VISUALES

Investigaciones de las artes visuales y la visualidad de sus diferentes aproximaciones y modalidades como parte de la cultura contemporánea, a partir de estudios interdisciplinarios y el análisis sistemático de distintos campos de conocimiento tales como: teorías del arte, cultura visual, el diseño gráfico, los lenguajes audiovisuales y de la promoción cultural.

Educación en el arte

Estudios y análisis sobre los procesos de la educación a través del arte y de las artes visuales en específico por medio de estudios teóricos, didácticos y curriculares que permitan generar estrategias y modelos académicos que fomenten el desarrollo educativo.

Estudios Culturales

Artículos de temas diversos como: Teorías de la cultura, semiótica, estética, posmodernidad, antropología social, sociología del arte, entre otros.

PRESENTACIÓN DE TRABAJOS

Contenido

En el cumplimiento de sus objetivos, *Imaginario Visual* abrirá espacio a:

1. Reflexiones inéditas desde la perspectiva de las artes.
2. Estudios de excelencia académica que activen el debate, la investigación y el intercambio de perspectivas en el terreno de las teorías del arte.

Redacción

Con respeto invariable al estilo de cada escritor, sugerimos:

1. El empleo de construcciones sintácticas sencillas, párrafos breves y una coherente articulación entre profundidad teórica y claridad expositiva.
2. Los títulos deberán ser descriptivos, breves (no más de diez palabras), sin subtítulos y sin que éste se plantee como una pregunta.

ESTRUCTURA

1. Todos los artículos deben ser:
 - Inéditos
 - No deben estar sometidos al mismo tiempo a dictamen en cualquier otra revista
2. Los escritos deberán estar precedidos por un resumen:
 - 100 a 150 palabras
 - Informar de manera concisa de los resultados, método y conclusiones
 - Incluir una versión en inglés
3. Las palabras clave tendrán las siguientes características:
 - Sustantivos descriptivos (no frases)
 - Máximo seis palabras
 - Que se identifiquen con el contenido del texto
4. Las características del documento:
 - Introducción, incluir aportación científica
 - Objetivo, justificar su importancia
 - Identificación general del tema a investigar
 - Enunciar metas precisas y que guarden relación con las conclusiones
 - Planteamiento del problema
 - Método, que permita a alguien más repetir la información
 - Resultados, forman parte del cuerpo del manuscrito
 - Discusión, citar los autores que realizan estudios similares.
 - Conclusiones, destacar el aporte de la investigación
5. La bibliografía, citas y notas: Deberán organizarse siguiendo los lineamientos propuestos por el Manual de estilo APA (American Psychological Association).

Dictamen

1. Los trabajos serán sometidos a dictamen de Par de ciegos (par de académicos), según el cual se fallará sobre cada texto sin conocer el nombre de los autores y a su vez éstos no tendrán información sobre qué especialista emite el dictamen, cualquiera que fuere el fallo.
2. El comité editorial de la revista comunicará al autor los resultados del dictamen en cualquiera de los términos siguientes: se publica, no se publica o se publica con las recomendaciones o modificaciones que se consideraron pertinentes.
3. Cada número de la revista se integrará con los trabajos que en el momento del cierre de edición cuenten con la aprobación de por lo menos dos árbitros o dictaminadores.
4. La revista se reserva el derecho de adelantar o posponer los artículos aceptados.
5. La revista se reserva el derecho de hacer la corrección de estilo y cambios editoriales que considere necesarios para mejorar el trabajo.

Envío de propuestas

1. Las colaboraciones se remitirán al coordinador editorial de la revista.
2. Los trabajos deberán entregarse en formato word y grabados en disco compacto.
3. Cada trabajo deberá acompañarse de una reseña académico-biográfica con una fotografía personal del autor e incluir datos personales.
4. Los artículos publicados en *Imaginario Visual* serán difundidos y distribuidos por todos los medios impresos y electrónicos que el Comité Editorial de la revista juzgue convenientes.

Centro de Investigación y Posgrado, Facultad de Artes Visuales. Praga y Trieste 4600, Fracc. Las Torres, Unidad Mederos C.P. 64930, A.P. 2771, Monterrey, Nuevo León, México. Tel/ Fax: (81) 8400-7620 Conmutador: 8329-4260.

Correo electrónico:
publicacionposgradofav@gmail.com

III PUBLICATION GUIDELINES III

Imaginario Visual is a biannual print and online magazine as well as an academic publication, coordinated by the Postgraduate and Research Center of the Facultad of Visual Arts of the Universidad Autónoma de Nuevo León. It aims to disseminate proposals for visual studies in their different approaches and fields of knowledge, and the development of educative processes through art.

It has as vision of being recognized by its content and by the generation of new approaches of knowledge and the formation of readers able to analyze and affect the reality of the field of the visual studies and the education in the art.

THEMATIC COVERS

Visual Studies

Investigations of the visual arts and the visuality of its different approaches and modalities as part of the contemporary culture, from interdisciplinary studies and the systematic analysis of different fields of knowledge such as theories of the art, visual culture, graphical design, audio-visual languages and cultural promotion.

Education in the art

Studies and analysis on the processes of the education through art and the visual arts in specific by means of theoretical, didactic and curricular studies that allow to generate strategies and academic models that foment the educative development.

Cultural Studies

Articles of diverse subjects like theories of the culture, semiotics, aesthetic, postmodernism, social anthropology, sociology of the art, among others.

WORKS PRESENTATION

Content

In the fulfillment of its objectives, *Imaginario Visual* will open space preferably to:

1. Unpublished reflections from the point of view of the arts.
2. Studies of academic excellence that activate the debate, the investigation and the interchange of perspective in the land of the theories of the art.

Writing

With an invariable respect in the style of each writer, we suggest:

1. The use of simple syntactic constructions, preferably brief paragraphs and a coherent joint between theoretical depth and clear argumentation.
2. The titles will have to be descriptive, brief (not more than ten words), without subtitles and they must not be written as a question.

STRUCTURE

1. All the articles will have to be:

- Unpublished
- Not to be published previously
- They must not have to be submitted to any other editorial process in another media at the same time.

2. The writings will have to be preceded by a summary:

- 100 to 150 words
- To inform into concise way of the results, method and conclusions

- To include a version in English

3. The key words will have next characteristics:

- Descriptive nouns (no phrases)
- Maximum six words
- They have to be identified with the content of the text

4. The characteristics of the document:

Introduction; include a scientific contribution

Objective; justify its importance

General identification of the subject to investigate

Enunciate precise goals and that they bear relation to the conclusions

Exposition of the problem

Method: it allows somebody else to repeat the information

Results: they comprise of the body of the manuscript

Discussion: Mention the authors who realize similar studies.

Conclusions: Emphasize the contribution of the investigation

5. The bibliography, quotations and notes: They will have to be organized following the guidelines proposed by the Manual of Style APA (American Psychological Association)

Ruling

1. The works will be submitted under the procedure known as double-blind (academic pairs), ac-

ording to which it will be failed on each text without revealing the name of the author and, in turn, the latter has no information on the reviewer(s)– belonging to an institution other than the author's rendering the evaluation, whatever that decision be.

2. The Editorial Board will notify the author the results of the review in one of the following terms of the opinion: it is published, it is not published or it would be published with the recommendations or modifications that were considered pertinent.

3. Each number of the magazine will be integrated with the works that at the time of the edition closing at least count on the approval of two referees.

4. The magazine reserves the right to advance or to postpone the accepted articles.

5. The journal's board reserves the right to make necessary editorial changes.

Submission

1. The works will be sent to the publishing coordinator of the magazine.

2. The works will have to be sent in Word format and in compact disc.

3. An academic-biographical sketch will have to be attached to the work and should be accompanied with a personal photograph of the author and include personal data.

4. The articles published in *Imaginario Visual* will be spread and distributed in all electronic and printed media, which that the journal's board of the magazine judges advisable.

Posgraduate and Research Center of the Facultad of Visual Arts of the Universidad Autónoma de Nuevo León. Praga y Trieste 4600, Fracc. Las Torres, Unidad Mederos C.P. 64930, A.P. 2771, Monterrey, Nuevo León, México. Tel/Fax: (81) 8400-7620 8329-4260

Electronic email:
publicacionposgradofav@gmail.com