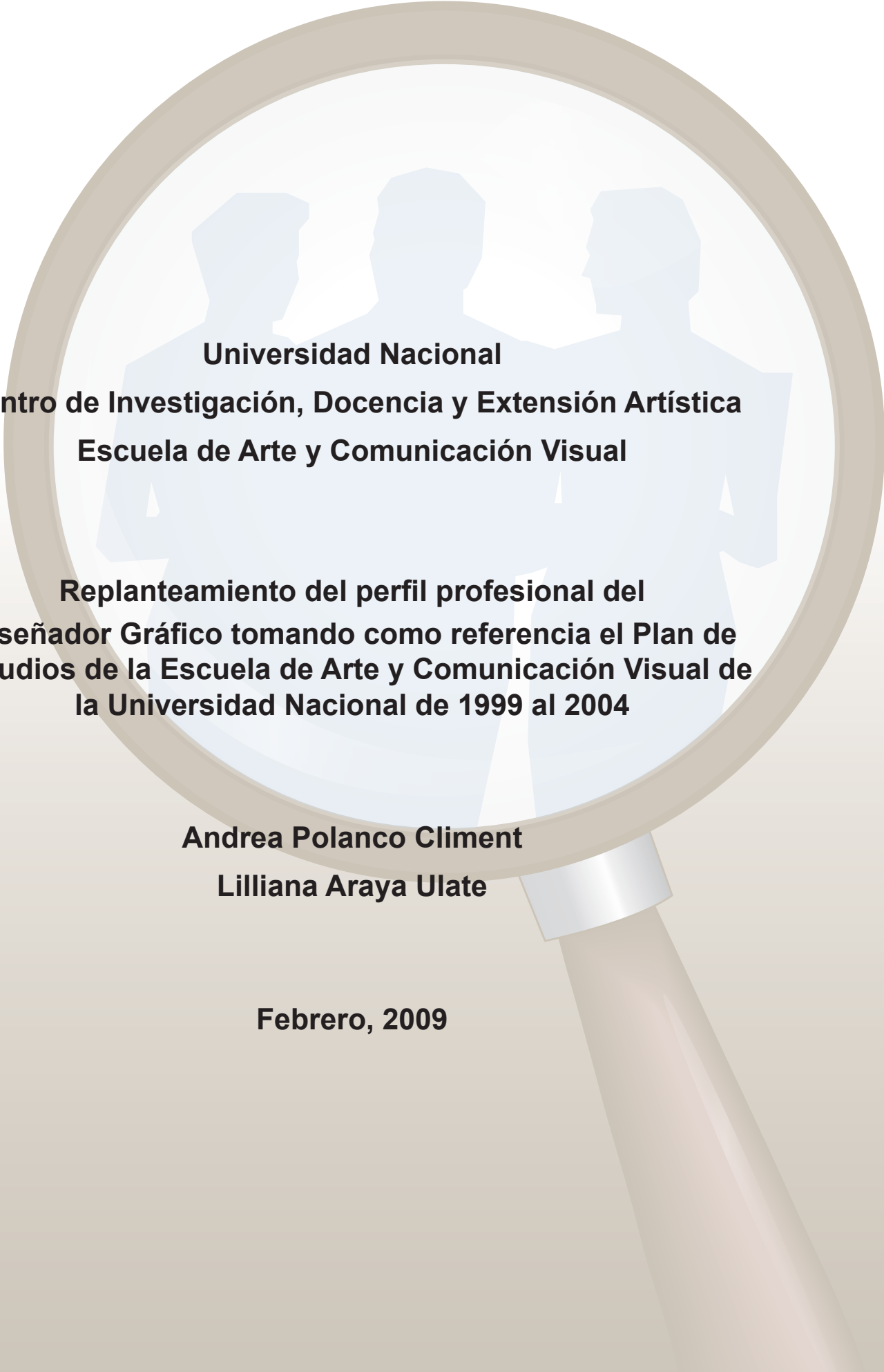




Universidad Nacional
Centro de Investigación, Docencia y Extensión Artística
Escuela de Arte y Comunicación Visual

**Replanteamiento del perfil profesional del
Diseñador Gráfico tomando como referencia el Plan de
Estudios de la Escuela de Arte y Comunicación Visual de
la Universidad Nacional de 1999 al 2004**

Andrea Polanco Climent
Lilliana Araya Ulate

Febrero, 2009



“Un diseñador gráfico es un especialista en comunicaciones visuales y su trabajo se relaciona con todos los pasos del proceso comunicacional, cuyo contexto, la acción de crear un objeto visual es sólo un aspecto de ese proceso”

Jorge Frascara, Diseño Gráfico y Comunicación





A Dios por todo el amor, la fortaleza y la ayuda que me brinda cada día.

A mis padres por su guía, apoyo y amor sincero, en todas las etapas de mi vida.

A mi tía Rosa por su apoyo incondicional.

A toda mi familia por estar siempre conmigo.

A Lily por ser mi amiga y compañera de trabajo.

Andrea Polanco Climent





A Dios por ser mi padre y compañero de mil batallas
A mis padres por darme la vida y el apoyo en todos los
momentos de la vida, maestros de la verdad, perseverancia
y lucha.
A Miguel por su cariño, apoyo y compañía incondicional.

Lilliana Araya Ulate





Este informe para optar por la Licenciatura en Arte y Comunicación Visual fue presentado mediante defensa pública al tribunal examinador:

Licda. Nelly Obando Álvarez
Decana del CIDEA

Lic. Sigfrido Jiménez Regidor
Tutor de tesis

MSc. Efraín Hernández Villalobos
Tutor de tesis

MSc. María Agustina Cedeño Suárez
Lectora de tesis





Indice

Agradecimientos	IV
Indice de figuras	IX
Introducción	1
 CAPÍTULO 1	 3
1. Tema	4
1.2 Justificación	4
1.3 Antecedentes	5
1.3.1 Breve reseña sobre la Universidad Nacional.....	5
1.3.2 Centro de Investigación, Docencia y Extensión Artística (CIDEA).....	7
1.3.3 Escuela de Arte y Comunicación Visual (EACV)	8
1.3.4 Plan de Estudios de Licenciatura en Arte y Comunicación Visual de 1999 al 2004	9
1.3.5. Perfil profesional según los programas de estudio de las diferentes materias de la especialidad de Diseño Gráfico según la Escuela de Arte y Comunicación Visual	10
1.3.6 ¿Qué es Diseño Gráfico?	14
1.3.7 ¿Qué es un Diseñador Gráfico?.....	16
1.3.8 ¿Que entiende la Escuela de Arte y Comunicación Visual como Diseñador Gráfico?	17
1.4. Definición del Problema	20
1.5 Objetivos	21
1.5.1 Objetivo General:	21
1.5.2 Objetivos específicos:	21
 CAPÍTULO 2.....	 23
2. Marco Conceptual	24
2.1 Currículo y fase de diseño curricular	31
2.2 ¿Qué es un plan de estudios?	32
2.3 ¿Qué es un perfil profesional?.....	33
2.4 El diseño curricular	34
2.5 Perfil del graduado	39
 CAPÍTULO 3.....	 44



3. Referente Metodológico.....	45
3.1 Enfoque y tipo de investigación.....	45
3.2 Fases del estudio.....	45
3.3 Fuentes de información y participantes	47
3.3.1 Fuentes de información.....	47
3.3.2 Selección de los participantes	48
3.4 Selección de la muestra	49
3.5 Técnicas e instrumentos para la recolección de los datos.....	49
3.5.1 Lista de cotejo.....	49
3.5.2 Entrevista en profundidad	50
 CAPÍTULO 4.....	 52
4. Sistematización de la información	53
4.1 LISTA DE COTEJO	53
4.1.2 Aspectos presentes en el plan estudios 1999 al 2004 según la descripción que establece Frascara	 53
 CAPÍTULO 5	 118
5. Conclusiones y recomendaciones	119
5.1 LIMITACIONES	138
5.2 Bibliografía.....	139
 ANEXOS.....	 141



Indice de Figuras

Fig. 1 Proceso de desarrollo curricular (Tomado de Quesada, Cedeño y Zamora 2001, p. 34).....	35
Fig. 2 Fase de diseño curricular (Tomado de Quesada, Cedeño y Zamora 2001, p. 43).....	37
Fig. 3 Adaptación para la fase de diseño curricular para la Escuela de Arte y Comunicación Visual	38
Fig. 4 Perfil de graduado y competencias (Tomado de Quesada, Cedeño y Zamora 2001, p. 96).....	39
Fig.5 Perfil ocupacional (Tomado de Quesada, Cedeño y Zamora 2001, p. 99).....	40
Fig. 6 Perfil por áreas de interés formativos (Tomado de Quesada, Cedeño y Zamora 2001, p. 108).....	41
Fig. 7 Esquema del marco teórico	43
Fig. 8. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre COMUNICACIÓN y la presencia de estos en el plan de estudios 1999 al 2004.....	60
Fig. 9. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre MANEJO DE EQUIPOS MULTIDISCIPLINARIOS y la presencia de estos en el plan de estudios 1999 al 2004.	68
Fig. 10. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre PROGRAMACIÓN DE PRODUCCIÓN y la presencia de estos en el plan de estudios 1999 al 2004.	69
Fig. 11. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre MEDIOS y la presencia de estos en el plan de estudios 1999 al 2004.....	74
Fig. 12. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre TÉCNICAS DE EVALUACIÓN y la presencia de estos en el plan de estudios 1999 al 2004.....	75
Fig. 13. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre TECNOLOGÍA y la presencia de estos en el plan de estudios 1999 al 2004.....	79
Fig. 14. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre DESARROLLO DE ESTRATEGIA y la	





presencia de estos en el plan de estudios 1999 al 2004.....	82
Fig. 15. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre VISUALIZACIÓN y la presencia de estos en el plan de estudios 1999 al 2004.	85
Fig. 16. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre DESARROLLO DE UN ANTEPROYECTO y la presencia de estos en el plan de estudios 1999 al 2004.	88
Fig. 17. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre PRESENTACIÓN A UN CLIENTE y la presencia de estos en el plan de estudios 1999 al 2004.	89
Fig. 18. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN y la presencia de estos en el plan de estudios 1999 al 2004.	91
Fig. 19. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre COMUNICACIÓN y la presencia de estos en la formación de los egresados.....	100
Fig. 20. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre MANEJO DE EQUIPOS MULTIDISCIPLINARIOS y la presencia de estos en la formación de los egresados.	101
Fig. 21. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre PROGRAMACIÓN DE PRODUCCIÓN y la presencia de estos en la formación de los egresados.	102
Fig. 22. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre MEDIOS y la presencia de estos en la formación de los egresados.....	103
Fig. 23. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre TÉCNICAS DE EVALUACIÓN y la presencia de estos en la formación de los egresados.....	104
Fig. 24. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre TECNOLOGÍA y la presencia de estos en la formación de los egresados.....	105
Fig. 25. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre DESARROLLO DE ESTRATEGIA y la presencia de estos en la formación de los egresados.	106
Fig. 26. Resultado de la comparación de los aspectos descritos	





por Jorge Frascara sobre VISUALIZACIÓN y la presencia de estos en la formación de los egresados.	107
Fig. 27. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre DESARROLLO DE UN ANTEPROYECTO y la presencia de estos en la formación de los egresados.	108
Fig. 28. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre PRESENTACIÓN A CLIENTE y la presencia de estos en la formación de los egresados.	109
Fig. 29. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN y la presencia de estos en la formación de los egresados.	110



Introducción

La presente investigación se basa en los parámetros dictados por el curso de seminario de graduación de la carrera de Licenciatura en Arte y Comunicación Visual de la Universidad Nacional, la cual consiste en una investigación de carácter cualitativa, cuyas problemáticas deben estar relacionadas o inscritas con prácticas laborales y estructuras formadoras de las artes visuales; o bien, con otras temáticas tales como las teorías modernas sobre la creatividad, crítica de planes o estructuras curriculares de la escuela u otras instituciones educativas. También se buscará incursionar en otros campos como por ejemplo, la relación del egresado con la formación profesional y su incursión en el campo laboral, creatividad en el medio laboral y mercados de trabajo actuales. El curso persigue como propósito fundamental, enseñar a los estudiantes a construir y aplicar las técnicas más adecuadas para la investigación.

Particularmente para este trabajo, se buscará incursionar en el análisis de las estructuras curriculares de la escuela, correspondientes al plan de estudios que estuvo vigente durante el período 1999 al 2004, el cual es el único que hasta el momento, ha egresado a los primeros estudiantes correspondientes a la reciente especialidad de Diseño Gráfico y su relación con las nuevas demandas laborales actuales, contrastándolas con el perfil ideal de diseñador propuesto por Jorge Frascara, profesor catedrático de la Universidad de Alberta en Canadá y profesional reconocido del área del diseño, el cual nos brindará un acercamiento hacia la definición de la profesión de Diseño Gráfico y del mismo profesional como tal, así mismo, de su responsabilidad con el medio laboral y la sociedad.

Cabe destacar, que esta investigación no pretende en ningún momento imponer o cambiar el perfil profesional de egresado construido por el plan de estudios de la especialidad de Diseño Gráfico y los parámetros propios de la Universidad Nacional, por los descritos por Frascara, sino complementar aspectos en el plan de estudios de la Escuela de Arte y Comunicación Visual con la visión de dicho autor, y por ende, mejorar o hacer más completo el perfil de egresado de dicha institución, con el único fin de que éste que pueda adaptarse mejor al medio laboral y desempeñarse al máximo, ofreciendo un valor agregado a la profesión gráfica nacional. Hoy en día en el medio costarricense, es necesario que el diseñador se asuma como un individuo que pueda dominar varias técnicas y poseer varios conocimientos de otros campos, así mismo, debe asumir varias tareas en diferentes campos o manejar varios criterios para trabajar en equipo con otros profesionales, para no limitar de esta manera su



desempeño ligado únicamente a las herramientas y posibilidades que pueda brindarle un computador, sino más bien, que sea un individuo consciente de la responsabilidad que se le ha encomendado de educar a la sociedad y a sus mismos clientes. Que logre además manejar adecuadamente las técnicas comunicativas para clarificar y hacer más efectivos los mensajes que le han sido encomendados transmitir a un determinado público, ya que solo de esta manera podrá enfrentar los retos que se le presenten en su desempeño cotidiano y logrará colocar la profesión en el lugar que le corresponde en la sociedad y ser respetado como cualquier otro profesional, diferenciándose a su vez, de otras personas que se han convertido en operadores de programas y que han irrumpido en su campo desprestigiándole y compitiendo deslealmente contra él.



CAPÍTULO 1



1. Tema

Replanteamiento del perfil profesional del Diseñador Gráfico tomando como referencia el Plan de Estudios de la Escuela de Arte y Comunicación Visual de la Universidad Nacional de 1999 al 2004.

1.2 Justificación

En la actualidad el diseñador gráfico debe de ser capaz de trabajar en conjunto con otros profesionales y es necesario un conocimiento de varios campos que permitan elaborar una propuesta formal, que le permita cumplir cabalmente con su responsabilidad social, el de comunicar de una manera neutral y transformarse en un intermediario, contratado por un cliente para articular un mensaje utilizando como lenguaje los elementos visuales y hacerlos llegar a un determinado público de una manera comprensible. Es esta responsabilidad con la sociedad, por la que debe de estar mejor facultado para contar con la mayor cantidad de herramientas posibles, y al referirnos a herramientas no solo estamos hablando a los que la tecnología de hoy en día brinda como las computadoras o los programas, sino ese valor agregado que coloca diariamente en su trabajo y le diferencia de los usuarios de programas. Un usuario de programa es conocido como aquella persona que es capaz de aprender a utilizar una herramienta determinada de una forma operativa, como por ejemplo un programa de computación, sin tener conocimientos sobre elementos de diseño o lenguaje visual, o peor aún sin conocer el proceso de elaboración de un concepto que sustente o justifique determinada propuesta o un diseño como tal. En el medio costarricense eso es un hecho cotidiano, y perjudica al diseñador gráfico constantemente, ya que estas personas irrumpen en su campo laboral, desprestigiando la profesión y robándole la credibilidad que tiene como tal. Cualquiera que sepa usar un programa se hace llamar diseñador gráfico y esto además de ser absolutamente falso, se convierte en un hecho perjudicial para quienes han sido entrenados con conocimientos visuales y conceptuales, impidiéndole de esta manera, competir a nivel económico o conseguir que el cliente valore realmente su trabajo y el proceso de desarrollo que ha implicado llegar a determinada idea. Es por esta razón, que se cae en la necesidad de que cada vez el diseñador gráfico se egrese de los centros de estudio mejor capacitado, para darle ese valor agregado a sus trabajos y buscar incansablemente el cumplimiento responsable de su profesión. Así mismo, le permite



asesorar y educar tanto a sus clientes como al público meta que es el receptor de sus mensajes, y colocarse al servicio de la sociedad como un comunicador neutral. A sí mismo, se busca que sea un profesional entrenado para afrontar múltiples tareas y retos en su desempeño diario.

Por tanto, el objetivo de este trabajo será hacer un replanteamiento del perfil profesional, que permita analizar la formación del diseñador gráfico, que se brinda en el plan de estudios de la Escuela de Arte y Comunicación Visual de la Universidad Nacional durante el período 1999 al 2004, el cual egresó a los primeros profesionales de esta especialidad en la historia de la escuela, y valorar qué aspectos aporta la teoría de Jorge Frascara respecto a la definición de diseñador gráfico en su libro DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN, para capacitar y fortificar el perfil del egresado de dicho centro de estudios. De esta manera, brindar a los futuros profesionales mayores armas y más conocimiento para enfrentar de la mejor manera las demandas laborales del medio en el cual se desempeña, resolviendo problemas de manera efectiva y oportuna.

1.3 Antecedentes

1.3.1 Breve reseña sobre la Universidad Nacional

La Universidad Nacional (UNA), ubicada en la ciudad de Heredia, Costa Rica, fue precedida por dos prestigiosas instituciones educativas:

- La Escuela Normal de Costa Rica "Omar Dengo" fundada en el año 1915, durante el gobierno Lic. Alfredo González Flores, dedicada a la formación de maestros para la enseñanza primaria.
- En 1968 se funda la Escuela Normal Superior con el compromiso de formar profesores para la enseñanza media.

Las Escuelas Normales fueron las únicas opciones de educación superior costarricense a partir 1915.

En el año de 1972 el Ministro de Educación Pública profesor Uladislao Gámez Solano, estructura un proyecto para convertir a las Escuelas Normales en universidades y se presenta a la Asamblea Legislativa para su aprobación.

Con este fundamento pedagógico-educativo se crea la Universidad Nacional el 12 de enero de 1973 mediante la Ley 5182, que fue ratificada por el Presidente



de la República, en ese entonces José Figueres Ferrer, el 15 de febrero de 1973. La Universidad Nacional heredó de la Escuela Normal Superior su infraestructura física, su invaluable experiencia académica, su cultura pedagógica y el acervo bibliográfico.

Se estableció una Comisión AD-HOC que estuvo a cargo de la organización de la Universidad en facultades y la redacción del Estatuto Orgánico.

En 1973 la Comisión AD-HOC elige como Rector al Presbítero Benjamín Núñez Vargas.

El proyecto de la “Universidad Necesaria” planteado por el Rector Presbítero Benjamín Núñez Vargas fue el elemento dinamizador de la nueva universidad y la concibió no simplemente como una universidad más, sino con la misión de darle a Costa Rica una universidad necesaria, que contrayendo un compromiso efectivo con su realidad nacional, pueda servirle para cumplir un destino histórico, con justicia y libertad.

En 1973 la Universidad Nacional adquiere su personería jurídica de acuerdo con el artículo 129 de la Constitución Política de la República y se crean las Sedes Regionales.

La Universidad Nacional es en la actualidad una institución autónoma que se proyecta en cuatro áreas de acción: la docencia, la investigación, extensión y producción.

Según las palabras del rector de la Universidad Nacional, Olman Segura Bonilla, Ph.D. describe este centro de estudios de la siguiente manera:

“La Universidad Nacional tiene como misión buscar y proponer soluciones a los problemas sociales fundamentales a través de la investigación, la extensión y la formación de profesionales conscientes de las necesidades de la población, es la misión de la Universidad Nacional, institución de educación superior estatal de Costa Rica que goza de autonomía plena en materia de gobierno, administración y organización.

Desde su fundación, la UNA fue concebida como Universidad Necesaria por su primer rector, el Presbítero Benjamín Núñez, en virtud de su compromiso de generar conocimientos científicos a partir de la investigación, así como de formar profesionales de reflexión profunda, capaces de forjar un nuevo humanismo que permita el verdadero desarrollo del país.

Hoy en pleno siglo XXI, caracterizado por la globalización y el desarrollo tecnológico vertiginoso, el compromiso de la Universidad Necesaria sigue vigente, pues como universitarios debemos estar preparados para enfrentar el paradigma económico



dominante con propuestas alternativas en favor de la construcción del Desarrollo Humano Sostenible, el cual implica mayores oportunidades para todos, mayor justicia en la distribución del ingreso y el uso sostenible de los recursos.

La UNA camina hacia la búsqueda del desarrollo sostenible incentivando la educación de excelencia y solidaria, promoviendo redes de colaboración con los distintos actores sociales-pequeños y medianos empresarios, cooperativistas, dirigentes comunales, organizaciones no gubernamentales, universidades, entidades de gobierno- y dando pasos certeros hacia la internacionalización.”
([www.una http://www.una.ac.cr/nuestra.htm](http://www.una.ac.cr/nuestra.htm))

1.3.2 Centro de Investigación, Docencia y Extensión Artística (CIDEA)

El Centro CIDEA fue creado en 1985 con el propósito de fortalecer el desarrollo académico-artístico de las cuatro escuelas que lo conforman: Arte y Comunicación Visual, Danza, Música y Arte Escénico.

Su misión es incidir creativamente e innovadoramente en el proceso artístico y académico nacional, regional y en la construcción de la identidad cultural de los diferentes grupos sociales, mediante la producción de obras, de conocimientos, de prácticas artístico-culturales mediante la formación de profesionales.

Su objetivo general es fortalecer la función de Centro de las Artes, para incidir innovadoramente en la construcción de la identidad artística nacional y regional.

Entre sus metas se encuentran formar profesionales con una conciencia crítica, creativa e innovadora, comprometidos con el desarrollo y el fortalecimiento de la identidad cultural, capaces de contribuir al desarrollo artístico cultural del país y de la región centroamericana. Así mismo, generar, registrar, difundir procesos y productos artístico-académicos que aporten creatividad y criticidad a la cultura nacional y regional. También desarrollar al CIDEA como Centro, aportando integralmente a la comunidad de la UNA, procesos y productos artístico-académicos, según lo estipula el Artículo 74 del Estatuto Orgánico, mediante acciones conjuntas y coordinadas con las otras Facultades e instancias universitarias.

EL CIDEA como Centro desarrollará procesos de fortalecimiento en la docencia, la investigación y la extensión mediante eventos de producción artística que impacten la comunidad nacional, tanto en la apreciación como en la formación de grupos sociales y personales.



1.3.3 Escuela de Arte y Comunicación Visual (EACV)

La Escuela de Artes Plásticas nace en 1973, con el rango de “sección” dentro de la Escuela de Bellas Artes, adscrita a la Facultad de Filosofía y Letras, bajo la conducción de Enrique Carreras y estaba ubicada al costado oeste del parque central de Heredia Centro.

En 1977 se da la reestructuración de la Escuela de Bellas Artes; y el rango de “escuela” y adscritos a la Facultad de Filosofía y Letras, presidida por el Licenciado Carlos Olivera, decano. En 1978 se hace una segregación y la Escuela de Artes Plásticas pasa a ocupar las instalaciones del antiguo matadero, ubicado en Santo Domingo de Heredia; el espacio se utilizó en condiciones totalmente insalubres, se carecía de equipo, mobiliario y materiales para cubrir las necesidades de los diferentes talleres.

Año y medio después se traslada donde estaba ubicada la sección de mantenimiento (actualmente se encuentra la biblioteca “Joaquín García Monge”), con condiciones que no se ajustaba a las necesidades propias de la escuela, eran “galerones” con algunas divisiones para ubicar los talleres de las especialidades de: orfebrería, pintura, dibujo, grabado, escultura, talla en madera y textiles.

Después de innumerables e insistentes gestiones por parte de la comisión de planta física las autoridades universitarias aprueban una partida para iniciar la construcción del edificio que actualmente se ocupa, y cuya inauguración se lleva a cabo en la semana del 13 al 16 de octubre de 1981.

En 1992 se pone en marcha el nuevo plan de estudios y se organiza una oferta académica con tres carreras: Artes Plásticas, Artes Aplicadas y Docencia en Artes Plásticas.

Desde sus inicios se le conoce con el nombre de Artes Plásticas y es a partir de 1998 que pasa a llamarse Escuela de Arte y Comunicación Visual.

“A partir de este momento y con estas reformas la unidad académica deja de llamarse Escuela de Artes Plásticas y Aplicadas y adopta el nombre de Escuela de Arte y Comunicación Visual, con la intención de abrirse más hacia el ámbito de nuevas alternativas técnicas junto con las teorías de la comunicación visual en Diseño Gráfico.” (<http://www.una.ac.cr/cidea/>).

Desde 1999 se incorporan nuevas especialidades como es el caso de Diseño Gráfico, Diseño Ambiental lo cual da un giro a la escuela en cuanto a su perfil profesional y





la aleja del predominio que tenían la enseñanza de las artes aplicadas (cerámica, vidrio, papel, metales y textiles) y las artes plásticas.

Es a partir de 1999 con este cambio y la introducción de nuevos talleres o especialidades, que la Escuela de Arte y Comunicación de la Universidad Nacional comenzó a regirse por un plan de estudios que constaba de cuatro ejes denominados de la siguiente manera: ***Producción y Proyectos, Investigación y Análisis, Historia del Arte y Laboratorio y Técnicas.***

Este mismo plan de estudios 1999 al 2004, es el tercer plan de estudios elaborado desde el inicio de la escuela hace 24 años.

Es importante reconocer que es a partir de este momento, con la reestructuración de este nuevo plan y la incursión de estas nuevas especialidades que se comienza a brindar mayor importancia a la Comunicación Visual, la cual debe entenderse “*como la transmisión del conocimiento por medio de mensajes que se perciben visualmente. Por tanto, se debe entender por Arte y Comunicación Visual el conjunto de acciones, actividades, procedimientos y estrategias, con las que se establecen relaciones de intercambio, de conocimiento a través de las formas, colores, texturas, dimensiones, etc*”. Esto permite utilizar el lenguaje plástico, articularlo por medio de los procesos comunicacionales y elaborar propuestas que permitan llevar un mensaje hacia un público determinado.

1.3.4 Plan de Estudios de Licenciatura en Arte y Comunicación Visual de 1999 al 2004

Este plan se ofrece como una alternativa de estudio a nivel superior a todas aquellas personas interesadas en adquirir, crear, practicar y transmitir el conocimiento relacionado con las diversas manifestaciones tradicionales, actuales y futuras de las Artes Visuales.

La misión está canalizada hacia el logro de ese despertar el entendimiento del lenguaje visual pero desde una perspectiva crítica y formadora de una identidad cultural con imagen caracterizada positivamente.

Los objetivos de las carreras de la Unidad Académica pretenden la ampliación y actualización del quehacer en las Artes Visuales en función de los requerimientos de las sociedades actuales en todo el mundo y en especial de la costarricense.



Objetivos de la carrera:

- Ampliar la oferta de formación artística en el medio nacional.
- Impulsar el desarrollo del arte desde perspectiva global e integral.

Objetivos específicos:

- Provocar la creación, adquisición, innovación y comunicación del conocimiento de las artes visuales.
- Desarrollar el pensamiento crítico y creativo.
- Impulsar la producción artística con responsabilidad profesional dentro de nuestro contexto sociocultural.
- Canalizar profesionalmente las aptitudes creativas y de investigación hacia la producción en arte y comunicación visual.
- Impulsar el desarrollo de las artes visuales desde una perspectiva integral del diseño, la investigación, el dibujo y la comunicación visual.
- Rescatar formas de producción en las artes visuales con carácter local y regional. Desarrollar la capacidad autogestionaria de la producción artística.

Especialidades de la Escuela de Arte y Comunicación Visual:

- Cerámica
- Dibujo
- Diseño Ambiental
- Diseño Gráfico
- Grabado
- Metales
- Papel
- Pintura
- Textiles
- Vidrio

1.3.5.Perfil profesional según los programas de estudio de las diferentes materias de la especialidad de Diseño Gráfico según la Escuela de Arte y Comunicación Visual

En el programa de la **Especialidad de Diseño Gráfico de tercer año (primer año de la especialidad APC 402)**, propone como descripción del curso buscar que el



estudiante aprenda a utilizar las principales herramientas básicas para desarrollar una propuesta gráfica, y agudizar su propia naturaleza o sensibilidad en el área de las artes para desarrollar un trabajo gráfico. También el curso pretende enseñar a conocer y dominar todos los elementos, instrumentos y teorías del diseño. Propone el lema *“detrás de cualquier máquina, está sentada una cabeza pensante, de amplio criterio y formación artísticas”*.

Objetivos del curso:

- Aprender los conceptos básicos de diseño y aplicarlos.
- Manipular con destreza las diferentes herramientas manuales para el trabajo gráfico.
- Dominar efectivamente los elementos básicos del diseño gráfico (tipografía, leyes ópticas, retículas básicas, sintetización de imagen, etc).
- Conocer el manejo de paquetes básicos de computación (ilustrador, photoshop, quarkxpress).
- Manejar adecuadamente el equipo y los materiales que se requerirán en el proceso.
- Incentivar la experiencia y la investigación independiente.
- Desarrollar una disciplina y una ética a la hora de trabajar, tanto en grupo como individualmente.
- Incentivar la participación del estudiante en la crítica y la autocrítica.

En el curso de **Dibujo (APC 401)** propone como objetivos principales: *“Avanzar en el conocimiento, comprensión y dominio del dibujo. Implementar ejercicios del desarrollo del lado derecho del cerebro, avanzar en la comprensión y apropiación de la productividad plástica”*

El curso pretende que el estudiante avance en su productividad hacia el dominio del dibujo.

El curso de **Investigación 7** del año 2002 propone lo siguiente: *fomentar la investigación orientada a las artes plásticas y aplicadas, mediante un proceso de conocimiento, formulación y experimentación de técnicas que facilite el desarrollo de un tema. Fomentar la investigación como parte de la formación artística del estudiante, que permita desarrollar temas fundamentados conceptualmente y plásticamente. Conocer métodos y técnicas de investigación aplicados a temáticas elegidas en el campo de la plástica o de las artes aplicadas.*

En el curso de **Proyectos 7 (APC 404)** del año 2002 manifiesta: *inducir en el estudiante la búsqueda, rigurosidad, de su manifestación plástica. Con el fin de llegar a plasmar*





con criterio los elementos que intervienen en la comunicación visual. Hacer especial énfasis en los aspectos enunciados en el perfil de salida para este nivel expuesto en el plan de estudios. Manejar con sentido crítico el concepto de expresión.

Dentro de los objetivos específicos manifiesta que:

- Aplicará una serie de ejercicios a la solución técnica en función de la comunicación visual a la solución.
- Investigará posibilidades de comunicación visual y su enriquecimiento con una o más técnicas.
- Desarrollará su capacidad expresiva con coherencia, autocrítica y crítica (discusión en el grupo sobre procesos y resultados).
- Desarrollará una temática relacionada con su medio socio cultural, que le permita concretar trabajos plásticos.
- Partirá de una expresión representativa, para llevar a la síntesis de su comunicación visual.

En el curso de **Historia del Arte 7 (APC 403)** del año 2002, *se propone reafirmar en el estudiante una visión socio-cultural de estudio de la Historia del Arte, reforzando las actitudes, conocimientos y valoraciones introducidas en los cursos anteriores. El estudiante consolidará un criterio de análisis que toma en cuenta tanto los aspectos formales, como las coordenadas espacio-temporales (sociedades, culturas, teoría, época), al enfrentarse a la producción artística de las distintas épocas comprendidas en el curso. El estudiante podrá reconocer las categorías estilistas más importantes, desde el período renacentista hasta las variantes barrocas del siglo XVII. Así mismo, deberá identificar y discutir aspectos relevantes de las obras más representativas de éstas épocas, tanto en sus dimensiones formales como conceptuales. El educando desarrollará a través de las obligaciones capacidades de expresión oral y escrita; la organización formal de trabajos de investigación y la actitud crítica frente al análisis de temas relacionados con las manifestaciones artísticas.*

En la especialidad **Diseño Gráfico de cuarto año** continúa con el proceso de la especialización de la técnica. En la práctica se profundiza en la adquisición de conocimientos, habilidades y destrezas en el manejo de materiales, equipos y técnica de la especialidad. Se teoriza sobre particularidades y características de las técnicas y se investiga sobre nuevos materiales y equipos.

El curso de **Dibujo** se pretende optimizar el manejo de la técnica a través de ejercicios de observación de la forma y su representación gráfica. Se teoriza sobre





las proporciones en la figura humana y el plano básico. Pretende la búsqueda de nuevas alternativas para el manejo de la técnica del dibujo, a través de ejercicios de observación de la forma y su presentación gráfica. Se teoriza en el dibujo explorativo, en la obra de artistas reconocidos nacional e internacionalmente, y se profundiza en el manejo de la técnica del dibujo a través de ejercicios de observación de la forma y su representación gráfica.

El curso de **Investigación** se dirige hacia el apoyo teórico para el proyecto del bachillerato. Se asesora sobre el proceso de investigación respectivo a cada estudiante y se plantean ejercicios prácticos sobre la diagramación sintetizada de la investigación.

El curso de **Proyectos** propone lo siguiente:

- Cada estudiante seleccionará un tema, un nombre y una técnica para un proyecto que responderá a necesidades reales en el ámbito nacional. Definición plástica y desarrollo de la propuesta en relación directa con el taller de investigación.
- Interpretación personal del tema.
- Proceso de afirmación del lenguaje propio.
- Cada estudiante realiza una labor específica relacionada directamente con su carrera y su especialidad, en alguna institución, empresa o taller de algún profesional en el arte, estatal o privada donde demuestre el cumplimiento de los rasgos del perfil de salida.

En el curso de **Historia** se busca la transmisión de conocimientos generales y específicos, sobre historia del arte Precolombino Latinoamericano incluyendo el Costarricense, arte en América después de la llegada de los europeos y arte Latinoamericano del siglo XX.

En la especialidad **Diseño Gráfico de quinto año** se busca conducir a la maduración de la técnica.

En la práctica se profundizan, se amplían y se aplican conocimientos, habilidades y destrezas en el manejo de materiales, equipos y técnicas de la especialidad y se teoriza en las particularidades y características de la técnica.

En el curso de **Dibujo** se pretende profundizar en el lenguaje propio de la técnica del dibujo a través de ejercicios de observación de la forma y su presentación gráfica. Se teoriza sobre la relación fondo-figura y las últimas tendencias en dibujo.

En el curso de **Investigación** se inicia el apoyo teórico para el proyecto de licenciatura y se asesora sobre el proceso de investigación respectivo para cada estudiante.





En el curso de **Proyectos** cada estudiante presentará y desarrollará su proyecto de licenciatura.

En el curso de **Historia** busca la transmisión de conocimientos generales y específicos, sobre historia del arte del siglo XX, segunda mitad y de Arte Costarricense.

Según la descripción de los cursos se puede observar que existe una mayor inclinación a dar formación al diseñador gráfico de manera similar que un artista o artesano. Como se había mencionado con anterioridad, en los primeros años de carrera los cursos se hacen de manera conjunta con otras especialidades, favoreciendo el conocimiento de la técnica y los elementos visuales en una etapa muy temprana de formación. El diseñador gráfico no puede alejarse del todo de la disciplina artística, pero si debe de mantenerse al margen en cuanto a la resolución que da a sus trabajos, de manera tal que pueda colocarse como un intérprete o guía y no colocar sus apreciaciones personales tal como un artista lo hace. Durante estos años, no existe una definición propiamente de la profesión, ni de la disciplina o especialidad en sí misma, al menos en los cursos antes descritos, no existe una formación exclusiva o que se ajuste a las necesidades de dicho campo, salvo aspectos como la crítica y el conocimiento de otros momentos culturales del arte, y la justificación de las propuestas visuales, si bien son rescatables y de suma importancia, no se encuentra presencia alguna en estos programas conocimientos profundos o al menos básicos de técnicas de comunicación visual o estrategias comunicativas pilares fundamentales en la formación de los futuros diseñadores, sino más bien, que se inicia con el conocimiento de herramientas (programas) y materiales que permiten llevar a cabo diferentes ideas y dar solución práctica a las mismas, que a su vez contarían con un soporte conceptual avalado por otros cursos.

1.3.6 ¿Qué es Diseño Gráfico?

En los siguientes enunciados se da una breve explicación de los que es diseño gráfico según el punto de vista de varios autores:

- El diseño gráfico

“Es una actividad intelectual, técnica y creativa involucrada no solamente con la producción de imágenes sino con el análisis, la organización y los métodos de presentación de soluciones visuales a los problemas de comunicación. La información y la comunicación son las bases de una vida interdependiente





alrededor del mundo, ya sea en las esferas del intercambio económico, cultural o social". (César Puertas, Pág. 17 Diccionario de Diseño Gráfico).

- La función principal del diseño gráfico es transmitir una información determinada por medio de composiciones gráficas, que se hacen llegar al público destinatario a través de diferentes soportes, como folletos, carteles, trípticos, etc.
- El diseño gráfico busca transmitir las ideas esenciales del mensaje de forma clara y directa, usando para ello diferentes elementos gráficos que den forma al mensaje y lo hagan fácilmente entendible por los destinatarios del mismo. Este no significa crear un dibujo, una imagen, una ilustración, una fotografía, es algo más que la suma de todos esos elementos y supone todo el concepto que hace uso de esas técnicas; aunque para poder comunicar visualmente un mensaje de forma efectiva, el diseñador debe conocer a fondo los diferentes recursos gráficos a su disposición y tener la imaginación, la experiencia, el buen gusto y el sentido común necesarios para combinarlos de forma adecuada. (<http://www.desarrolloweb.com/articulos/1277.php>).
- El Diseño Gráfico es una forma de pensamiento. Es el desarrollo consciente de la capacidad, ontológica, del ser humano, de crear un universo de signos, símbolos y señales. Y es la posibilidad de producción de cambios sociales, antes que un emergente de ellos.
- Entendiéndolo como una disciplina formadora de profesionales, el Diseño Gráfico puede, y se obliga a promover la adquisición de una conciencia plena sobre las herramientas y procesos que se ponen en juego en el desenvolvimiento de la tarea. Esto quiere decir que, como profesionales de Diseño, los diseñadores tienen, ante todo, la misión y la responsabilidad de ser conscientes de qué es lo que ocurre, cuando son puestos en marcha los procesos de ideación y concreción de actos de comunicación. (<http://www.foroalfa.com/Au.php/Yantorno/18>).

Las definiciones anteriores nos remiten a definir el diseño gráfico, no solo como una disciplina en la que es importante crear imágenes nada más por crear algo de índole perceptual y de gran calidad gráfica, sino que es también importante complementar todo esto con el análisis, la organización y los métodos de presentación de solución del mensaje, que permita dotar de claridad al mensaje que se quiere transmitir a



determinado público, ya que esto podría ocasionar ruidos (elementos distractores) entre el mensaje, el emisor y el receptor.

1.3.7 ¿Qué es un Diseñador Gráfico?

Para que un diseñador gráfico pueda desempeñarse de forma efectiva es importante conocer y definir su profesión, además del campo y los métodos de los cuales se sirve para desarrollar su quehacer:

- La tarea de un diseñador gráfico es promover las respuestas correctas a los problemas de comunicación visual de cualquier orden, en cualquier sector de la sociedad. (César Puertas, Pág. 17 *Diccionario de Diseño Gráfico*).
- Otros autores han definido la profesión de varias formas, pero todos coinciden en que los diseñadores gráficos no deben ser la fuente de sus mensajes sino intérpretes, como describe **PAUL RAND** en un artículo en el año de 1946: *“El diseñador no encara el trabajo específico con una idea preconcebida, su idea es el resultado de apreciaciones subjetivas y objetivas, y el diseño es un producto de la idea. Para llevar a cabo una solución honesta y efectiva necesariamente deberá pasar a través de cierta clase de procesos mentales. De manera consciente o no, el diseñador analiza, interpreta, traslada, improvisa nuevas técnicas y combinaciones. Coordina e integra su material debiendo replantear su problema en términos de ideas, imágenes y formas. Unifica, simplifica eliminando superficialidades. Simboliza, extracta del material por asociación y analogía. Intensifica y refuerza su símbolo con accesorios apropiados que ejecuta con claridad e interés”*. (<http://www.unostiposduros.com/paginas/articul6.html>).

Rand define al diseñador como un profesional que debe encontrar la solución a los problemas según se le presentan, y la profesión le obliga a desembarazarse de sus juicios de valor y colocarse en una posición neutral, sin incluir sus apreciaciones personales en el producto final; se coloca como un intérprete que mediante la comunicación, articulada por elementos visuales, busca transmitir un mensaje efectivo para un determinado público. Debe ser un coordinador múltiples elementos para plantear una solución única, articulando y analizando los elementos a emplear de una manera justificada y coherente para emitir determinado mensaje un determinado público.





1.3.8 ¿Que entiende la Escuela de Arte y Comunicación Visual como Diseñador Gráfico?

Como se ha mencionado ya con anterioridad, la especialidad de diseño gráfico no cuenta con una descripción de un perfil profesional propiamente establecido, sino que cuenta con varias aproximaciones descritas por diferentes docentes de dicha especialidad.

El profesor de diseño gráfico de la Escuela de Arte y Comunicación Visual de la Universidad Nacional en los años 2002 al 2007 Julio Blanco describe lo siguiente:

“El diseñador gráfico de la EACV-UNA es aquel (la) que trasciende la postura instrumental y oficiosa de la práctica del diseño, para plantearse su práctica profesional desde la solución a problemas de comunicación por medio del uso solvente y adecuado de los elementos de la alfabetidad visual, según las características y necesidades del usuario final para quien diseña, apoyado en un proceso riguroso que acompaña el momento creativo e investigativo. Parte de la bibliografía utilizada para los cursos pertenecen a autores como Jorge Frascara; Joan Costa; D.A. Dondis; Jean Bertin; Saul Wurman; Paul Rand; Norberto Chaves; Bruno Munari.”

Plan de Estudio de Escuela de Arte y Comunicación Visual 1999 al 2004

En este plan la especialidad de diseño gráfico no presenta un perfil específico, sino que se encuentra inmerso dentro de un perfil del graduado general, que rige para todas las especialidades dividido por cuatro áreas disciplinarias de la siguiente manera:

- **Área de Fundamentación teóricos:**
 - Posee capacidad de observación, percepción e interpretación de su entorno físico y cultural.
 - Conoce sobre métodos de investigación en el Arte y Comunicación Visual.
 - Tiene capacidad para la crítica y autocrítica.
 - Tiene conocimientos sobre la historia y teoría del Arte y Comunicación Visual.
 - Sabe contextualizar el Arte y Comunicación Visual como fenómeno social, significativo e ideológico, generador de las identidades culturales de una sociedad.





- **Área de Producción y Proyectos:**
 - Tiene la capacidad de diseño y expresión en Arte y Comunicación Visual.
 - Tiene capacidad de producir y transmitir el conocimiento a través de mensajes percibidos visualmente.
 - Conoce sobre procesos de producción en Arte y Comunicación Visual.
 - Tiene capacidad para realizar montajes de su producción artística.
 - Posee los fundamentos teóricos prácticos para el desarrollo de su lenguaje visual.
 - Tiene capacidad para trabajar en grupos multidisciplinarios.
- **Área de Técnicas:**
 - Conoce sobre procesos técnicos básicos y generales sobre todas las disciplinas del área que se imparten en esta Unidad Académica.
 - Conoce ampliamente sobre procesos técnicos específicos en dos de las disciplinas de área. (Dibujo más otra técnica).
 - Posee suficientes actitudes, aptitudes y destrezas en al menos una de las disciplinas del área.
 - Tiene capacidad investigación, explorativa y experimental en las técnicas que seleccionó.
- **Área de Complementarias:**
 - Manifestaciones criterios claros sobre la función del Arte y Comunicación Visual en la sociedad.
 - Tiene capacidad para el desarrollo de proyectos inter, multi y transdisciplinarios.
 - Tiene conocimientos y actitudes humanísticas.
 - Posee conocimiento instrumental de una lengua extranjera (preferiblemente inglés o francés).
 - Posee conocimiento instrumental del lenguaje computacional.

Basados en los dos tipos de perfil del graduado descrito en el libro *"El diseño curricular en los planes de estudio"* (Quesada, Cedeño y Zamora 2001, p. 95-109) el que más se acerca al perfil de la Escuela de Arte y Comunicación Visual es el *Perfil por áreas de interés formativo* por los siguientes puntos hallados en el plan de estudios de 1999 al 2004:





- **Se sustenta en una formación académico-humanista.**

Habilidades cognoscitivas (expresión, organización, y clasificación de ideas, detección de problemas, organización y desarrollo de la capacidad investigadora, logro de la meta cognición.

“La importancia del arte para la vida debe ser resaltada si se desea formar profesionales con una visión integral y humanista que sean capaces de trascender su ámbito personal de acción, desarrollar su propia disciplina a través de la docencia, investigación, extensión y la producción artística”. (Plan de Estudios EACV, 1999 -2004, p.9).

- **Se organiza por áreas de interés formativo o áreas disciplinarias.**

“Fundamenta las carreras ofrecidas (especialidades) en tres áreas disciplinarias básicas que son atravesadas por cuatro ejes curriculares, los cuales fueron descritos y definidos anteriormente. Además se plantea una cuarta área complementaria que alimenta al área central.”

Áreas disciplinarias básicas: fundamentos teóricos, técnicas, producción y proyectos y complementarias. (Plan de Estudios EACV, 1999, p.12).

- **Es un proceso que crea un punto de partida para orientar el proceso formativo del futuro graduado de manera integral y multidisciplinaria.**

“Todas las manifestaciones o disciplinas, se comunican o se transmiten a través de mensajes sensoriales que enfatizan lo visual y lo táctil. Las artes plásticas, las artes aplicadas y disciplinas encargadas de la producción de mensajes mediante el diseño de objetos y su obligatoria relación con la publicidad, la tecnología y mercadotecnia son ámbitos de interés prioritario para nuestra unidad académica, ya que el que hacer cotidiano de los comunicadores visuales ha de estar acorde a las rigurosa exigencias de la sociedad actual”. (Plan de Estudios EACV, 1999, p.9).

- **Desarrolla habilidades técnicas (realizar diagnósticos, elaborar propuestas e informes, resolver situaciones, desarrollar procedimientos, crear estrategias, métodos y estilos, construir herramientas, elaborar evaluaciones, programar y aplicar innovaciones).**

Área por fundamentos teóricos: teoría del arte, teoría del diseño, semiótica del arte, historia del arte, historia del diseño. Los anteriores cursos permiten





adquirir conocimientos de tipo técnico, metódico, estilístico, estratégico y operativo. (Plan de Estudios EACV, 1999, p.10, 11).

- **Identidad profesional y del contexto social.**

“sabe contextualizar el arte y la comunicación visual como fenómeno social, significativo e ideológico, generador de las identidades culturales de una sociedad”. (Plan de Estudios EACV, 1999, p.27).

- **Crítica y autocrítica.**

“tiene capacidad para la crítica y autocrítica”. (Plan de Estudios EACV, 1999, p.27).

1.4. Definición del Problema

El fin primordial de esta investigación es la valoración del perfil profesional de la especialidad de diseño gráfico de la Escuela de Arte y Comunicación Visual de la Universidad Nacional, a partir de las demandas de formación actuales en el campo del Diseño Gráfico, y de la percepción que tienen los egresados de la especialidad 1999 al 2004, sobre la definición de la profesión. Establecer una relación entre el perfil de egresado con la definición de diseñador gráfica sostenida por Jorge Frascara, para identificar que aspectos pueden adaptarse o complementar el perfil de egreso de dicha especialidad en la Universidad Nacional.

Surgen entonces las siguientes interrogantes:

- ¿Responde el perfil profesional de la especialidad de diseño gráfico de la Escuela de Arte y Comunicación Visual de la Universidad Nacional a las necesidades de formación actuales que se requieren en el campo laboral del diseño gráfico en la actualidad?
- ¿Cuál es la percepción que tienen los egresados del plan 1999 al 2004 sobre la especialidad de Diseño Gráfico de la Escuela de Arte y Comunicación Visual y la definición de la profesión de diseño gráfico?
- ¿Cuáles son los aspectos que se consideran necesarios en la actualidad, según las experiencias laborales de los egresados de la especialidad de Diseño Gráfico de la Escuela de Arte y Comunicación Visual de la Universidad Nacional bajo el plan 1999 al 2004 para tener un desempeño efectivo según la profesión?





- ¿Cuáles son las áreas operativas y profesionales que se encuentran en el plan de estudios 1999 al 2004 en la especialidad de Diseño Gráfico de la Escuela de Arte y Comunicación Visual de la Universidad Nacional?
- ¿Cuáles podrían ser las posibles modificaciones que deben llevarse a cabo para mejorar el perfil de salida o perfil profesional del egresado de la especialidad de Diseño Gráfico de la Escuela de Arte y Comunicación Visual de la Universidad Nacional?

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General:

Replantear el perfil profesional de la especialidad de diseño gráfico de la Escuela de Arte y Comunicación Visual de la Universidad Nacional en Costa Rica, tomando como referencia el plan de estudios de 1999 al 2004 de dicha especialidad y la definición de diseñador gráfico descrito por Jorge Frascara, para establecer las posibles modificaciones en el conocimiento operativo y profesional que pueden implementarse en futuros planes de estudios de la escuela.

1.5.2 Objetivos específicos:

- Determinar las premisas que se fundamenta la propuesta curricular de la especialidad de Diseño Gráfico de la Escuela de Arte y Comunicación Visual de acuerdo con las demandas laborales del medio actual.
- Clasificar los elementos OPERATIVOS Y PROFESIONALES de la especialidad de Diseño Gráfico de la Escuela de Arte y Comunicación Visual de la Universidad Nacional.
- Determinar la percepción que tienen los egresados de aspectos de la especialidad, y su relación con el medio laboral en el cual se desarrollan actualmente.
- Determinar la forma en que responde la oferta curricular a las necesidades del medio laboral.
- Definir de que manera responde la oferta curricular a las expectativas de los estudiantes de la especialidad de diseño gráfico de la Escuela de Arte y Comunicación Visual de la UNA.





- Establecer si existe complementariedad o no en los aspectos en el perfil de la especialidad de Diseño Gráfico de la Universidad Nacional bajo el plan 1999 al 2004 con los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre Diseño Gráfico.





CAPÍTULO 2



2. Marco Conceptual

El marco conceptual retoma la propuesta teórica metodológica de dos autores, quienes han trabajado desde dos perspectivas distintas: **JORGE FRASCARA**, Profesor Emérito y ex-Jefe del Departamento de Arte y Diseño de la Universidad de Alberta en Canadá; miembro de Honor de la Sociedad de Diseñadores Gráficos de Canadá y de la Sociedad para La Ciencia del Diseño de Japón. Asesor del programa de doctorado en Diseño de la Universidad de Venecia, Italia, y miembro de las comisiones editoriales de Design Issues e Information Design Journal. Presidente de Icograda y luego Director de Educación; Miembro del ISO; del Consejo de Normas de Canadá; de la Asociación de Educación en Diseño Gráfico (USA); del Instituto de Investigación en Comunicaciones de Australia, y de la Sociedad de Diseñadores Gráficos de Canadá entre otros cargos en distintos grupos. Define la profesión de diseñador y su vínculo estricto con la comunicación, mientras que, **MARIANO FERNÁNDEZ ENGUITA** catedrático de Sociología y director del Departamento de Sociología y Comunicación en la Universidad de Salamanca. Dirige así mismo, el Observatorio Social de Castilla y León (OSCYL) y encabeza el Grupo de Análisis Sociológicos (GAS). Ha sido profesor o investigador invitado en las universidades de Stanford, Wisconsin-Madison, Berkeley, Lumière-Lyon II, el London Institute of Education y la London School of Economics, y conferencista en decenas de otras. Es o ha sido asesor de la ANEP, la CICyT, el CES, el CIDE y otros organismos dedicados a la investigación y a la educación, así como de diversas otras instituciones y organizaciones desde una perspectiva educativa y de formación profesional.

El primero de ellos, Frascara, expone en términos generales la necesidad de definir apropiadamente la especialidad de diseño gráfico que se ha concebido como el producto final de diseñar. Frascara propone al diseñador gráfico como especialista en comunicaciones visuales, y su trabajo se relaciona con todos los pasos del proceso comunicacional, en cuyo contexto, la acción de crear un objeto visual es sólo un aspecto de ese proceso y no el fin en sí mismo. En muy pocos casos trabaja con mensajes no verbales, más que un solista, es como un director de orquesta el cual, necesita conocer las posibilidades que le brindan todos los instrumentos pero no necesariamente tocarlos. El diseñador debe de conocer muchas herramientas que faciliten el desarrollo de una idea en particular, y por eso se convierte en guía que trabaja con otros profesionales, además se puede transformar en un intérprete





o mediador entre un cliente o problema a resolver y su solución o el público meta al que quiere llegar, no es como se ha pensado erróneamente la fuente de los mensajes que emite, valiéndose de la comunicación para alcanzar dicho objetivo. Así mismo, todos los días el diseñador tiene la responsabilidad de educar a su cliente en cuanto a los beneficios o no de una idea particular, mostrándole el beneficio de una idea sobre otra. Para la presente investigación se hará uso de la teoría de Jorge Frascara del libro *“Diseño Gráfico y Comunicación”* (Frascara Jorge. Editorial Infinito, 1994.), quien propone un perfil profesional de diseñador gráfico y de todas las tareas que éste debe saber solucionar. Este autor toma como punto de referencia la definición de diseñador gráfico dada por Paúl Rand, en la cual afirma que *“Un diseñador gráfico es aquel que trabaja en la interpretación, ordenamiento y presentación visual de mensajes, tiene que ver con la planificación y estructuración de las comunicaciones, en su producción y evaluación.”* (Rand, 1984, p.5-7, citado por Frascara).

A partir de este enunciado Frascara (1994) describe que existe un problema al momento de definir la profesión de diseñador como tal, puesto que nunca se ha delimitado de manera clara un perfil que defina el conjunto de conocimientos para merecer el término. Frascara lo cita de la siguiente manera “¿Qué significa “diseño gráfico”? Las varias acepciones que la palabra “diseño” tiene en el lenguaje cotidiano han contribuido a la falta de definición del perfil de la profesión de diseñador gráfico, resultando en el desarrollo de ideas variadas acerca de su esencia y de su campo. Diseño se entiende en general como el producto físico de la actividad de diseñar, mientras que la actividad cae en el olvido. (Frascara, 1994, p.19).

Frascara (1994, p.20) describe entonces al diseñador gráfico como *“Un especialista en comunicaciones visuales y su trabajo se relaciona con todos los pasos del proceso comunicacional, en cuyo contexto, la acción de crear un objeto visual es sólo un aspecto de ese proceso”*. Ese proceso incluye los siguientes aspectos:

- *Definición del problema*
- *Determinación de objetivos*
- *Concepción y estrategia comunicacional*
- *Visualización*
- *Programación de producción*
- *Supervisión de producción*
- *Evaluación*





Estos aspectos del proceso requieren que el diseñador tenga un íntimo conocimiento de las siguientes áreas:

- *Lenguaje visual*
- *Comunicación*
- *Percepción visual*
- *Administración de recursos económicos y humanos*
- *Tecnología*
- *Medios*
- *Técnicas de evaluación*
- *Trabajo en equipos multidisciplinarios y para establecer buenas relaciones interpersonales.*

Según algunos aspectos que se encuentran en el plan de estudios de la Escuela de Arte y Comunicación Visual de 1999 al 2004, y analizando los aportes de los componentes descritos por Jorge Frascara, se analizará si la formación que se les brinda a los estudiantes en la especialidad de Diseño Gráfico de la Universidad Nacional, se puede mejorar complementando los aspectos que Jorge Frascara describe según la definición que brinda sobre un profesional del diseño gráfico, con el plan de estudios de la Escuela de Arte y Comunicación Visual, de manera que se contribuya a enriquecer el perfil del egresado para lograr un mejor desempeño en el medio laboral.

Por otra parte, la especialidad (Diseño Gráfico) se encuentra inmersa dentro de una escuela de arte, que contiene o da abrigo a su vez, a otras especialidades (Cerámica, Dibujo, Diseño Ambiental, Grabado, Metales, Papel, Pintura, Textiles, Vidrio); por lo que se dificulta la determinación de un perfil profesional únicamente para la especialidad de Diseño Gráfico. Es decir, durante los primeros años de carrera y bajo este plan (1999 al 2004) se debían cursar materias en conjunto con otras especialidades, no había un plan diseñado que acatara las necesidades particulares de cada especialidad. A lo largo del tiempo diversos estudiosos del diseño gráfico, como por ejemplo Jorge Frascara, Joan Costa, Reinaldo Leiro, José Luis Rodríguez, Roberto Doberti y Juan Miguel Lorite Fonta (http://foroalfa.com/D.php/El_diseno_es_arte/3) han entrado en diversas discusiones que cuestionan si esta especialidad (Diseño Gráfico) debe o no localizarse dentro de las ramas del arte; en relación con esto describen:





- **Joan Costa:**

Manifiesta que *“Las únicas semejanzas entre arte y diseño son puramente formales, manifiesta que la belleza o la poética es lo que a menudo es la razón de la obra de arte. La belleza, o incluso la fealdad, es al arte lo que la estética es al diseño. Continúa diciendo “El diseño no es arte pero vive de él porque se alimenta de sus diferentes estéticas. De ahí vienen las confusiones, lo esencial es que el arte se hace preguntas y el diseño soluciona problemas.” “Es bien cierto que hay arte gráfico y también diseño gráfico. El primero es el dibujo y el grabado de las Bellas Artes. El segundo es la praxis que nació con la imprenta gutenberguiana, el dibujo de los tipos de letra, la composición de la página impresa”. “Arte gráfico y diseño gráfico tienen en común el graphein, es decir, el origen, que no es otro que la mano que “traza”. Pero uno sigue siendo arte y el otro diseño.”*

“El diseñador quiere seducirte para que compres un producto, para meter una marca en tu cabeza, para que votes a un candidato o para que no te extravíes por los laberintos de monstruosos aeropuertos, estas son funciones del diseño. Que bien poco tienen que ver con el arte, porque el artista no se conforma al mundo sino que se le opone”. (http://wwwforoalfa.org/A.php/La_eterna_e_inutil_discusion/15).

- **Reinaldo Leiro:**

“Se distinguen tres polos interactivos: técnica, usabilidad y significación. A través de la interacción de estos tres polos que conforman el territorio específico del proyecto, se evidencian además los límites epistémicos del diseño: las ingenierías, si relacionamos técnica y usabilidad; las ciencias sociales, instaladas entre la usabilidad y la significación; y las artes, cuando actúan la técnica y la significación. En este último caso, es conocido que el arte incide de varias maneras en la percepción de la gente sobre el universo de los artefactos, pero su fin es el de plantear los problemas y no el de resolverlos” (http://wwwforoalfa.com/A.php/Lo_especifico_del_diseno/27).

- **José Luis Rodríguez:**

“El arte no busca una respuesta del público sino un cuestionamiento. El arte propone, mientras que el diseño (te) dispone”.

El artista tiene como fin la subjetividad de su pregunta; el diseñador la objetividad del mensaje al que ayuda. Como proceso comunicativo, el diseño es lógico en su





esencia. El arte lejos de eso, es ambivalente.”

Continúa diciendo: “Para ser un buen artista no es necesario dominar todas las variables de la comunicación, ni ser capaz de mediar entre un emisor y un receptor. De hecho, ni siquiera es necesario haber pasado por una escuela. (http://www.foroalfa.com/A.php/Por_que_el_arte_no_es_diseno/63-end2).

El diseñador gráfico, en cambio, necesita poseer un dominio técnico importante para lograr dar la respuesta adecuada a los problemas para los que se lo convoca: debe conocer las reglas, leyes de la visualidad y dominar los sistemas representativos y estilísticos, las reglas tipográficas y del color, conocer a fondo el funcionamiento de la comunicación, los tipos de soluciones existentes, los códigos del emisor y del público objetivo, etc. (http://www.foroalfa.com/A.php/Por_que_el_arte_no_es_diseno/63).

- **Juan Miguel Lorite Fonta:**

“Junto al contenedor de arte, es decir, de aquellos objetos contruidos, aquellas formas reproducidas o experiencias expresadas conscientemente para deleitarnos, emocionarnos o conmocionarnos sólo podemos colocar el cajón de aquellos objetos, formas o expresiones que no fueron creados para ese fin o únicamente para ese fin. Allí estarían los creados con el fin de vestirnos, de sujetarnos, de ayudarnos a comer, de superar enfermedades y deficiencias físicas, pensados para otorgarme identidad de grupo, para informarme, para dormir y descansar, para transportarme, para amar, para matar... en sí ya es paradójico (y muy occidental) tener separados en distintas categorías fines que se encuentran real y profundamente integrados, indivisibles en nuestra experiencia de vida cotidiana... Un modelo de objeto industrial, un texto literario, esta nueva receta que hoy cocino, el mural que preside el museo, realizados con distintas herramientas, con distintos condicionantes y recursos (pigmentos, pimienta, letras, información) y respondiendo a distintas necesidades, pero participando todos ellos de un mismo aliento: el proceso de creación, desarrollo y producción que hemos convenido en llamar Diseño. (http://www.foroalfa.com/A.php/La_obra_de_arte_como_objeto_disenado/39).

- **Jorge Frascara:**

Señala que “Un diseñador difiere de un artista porque no es la fuente de los mensajes que comunica sino su intérprete, además difiere de éste, en que sus





mensajes deben desembarazarse por completo de rasgos personales que se interpongan entre el público y el mensaje, es inadecuado reconocer al Diseñador Gráfico cuando su presencia desvía el contenido del mensaje”.(Frascara, 1994, p.21) Esto se traduciría en que el Diseñador Gráfico debe mantenerse al margen de sus juicios personales, sirve como un intérprete o medio para la transmisión de un mensaje hacia determinado público meta, pero este aspecto no lo libera de poseer conocimientos sobre lenguaje artístico, técnicas plásticas, historia del arte y otras materias que puedan brindarle o favorecerle en una formación más completa.

*“Aunque ambos, artistas y diseñadores gráficos son comunicadores visuales, el artista puede incurrir en la obra o producto final sus apreciaciones personales sobre un tema en particular, mientras que el diseñador gráfico debe mantenerse al margen de dicha acción. Frascara indica, que “el título más acertado para un diseñador gráfico más que “artista gráfico o artista”, sería “diseñador de comunicación visual” el título hace un énfasis desmedido en lo gráfico-físico y desatiende el aspecto más esencial de la profesión, que no es crear formas **sino comunicaciones**. Es por este motivo, que si bien el término “diseñador gráfico” es la denominación más aceptada para la profesión, el título más apropiado sería el de “diseñador de comunicación visual” ya que en este caso están presentes los tres elementos necesarios para definir esta actividad:*

Un método: *diseño*

Un objetivo: *comunicación*

Un campo: *lo visual*

Un diseñador es un profesional que mediante un método específico (diseño), construye mensajes (comunicación) con medios visuales (un campo)” (Frascara, 1994, p.21).

Lo anterior nos lleva a valorar entonces el tipo de conocimiento que permita alcanzar dicha definición.

Mariano Fernández Enguita en el libro *“Educar en tiempos inciertos”* (Madrid, 2001) describe que existen tres tipos de conocimiento, producto de una nueva economía y una nueva sociedad, que han ocasionado que los estándares de calificación profesional suban. Enguita define la calificación profesional como *“la aplicación*





de ciertos conocimientos o rutinas a ciertas tareas y la capacidad para emitir un diagnóstico sobre un problema, crear nuevos procedimientos y rutinas para estos o para la mejor solución de problemas ya viejos” (Enguita, 2001, p.26-44) de ahí el autor define tres tipos de conocimientos:

- **Conocimiento Operativo:** configurado por la división de tareas: *una vez que éstas se multiplican debido a la aparición de nuevos procesos de trabajo y a la constante subdivisión de los viejos, resulta tan imposible que un individuo pueda dominarlas todas con eficacia que se especialice en cierto número de ellas. Dicho de otra manera, se puede denominar este conocimiento al conjunto de tareas que se pueden aprender con un sinfín de métodos y se aplican de manera procedimental.*
- **Conocimiento Profesional:** deriva su necesidad de la incertidumbre: *puesto que los casos y problemas no llevan puesta una etiqueta – o no siempre- que nos informe de antemano de cómo abordarlos o resolverlos, en muchas situaciones se aprecia un análisis y un juicio previo sobre la naturaleza del problema, así como una elección entre diversas rutinas y procedimientos disponibles, pero no todos aplicables ni, previsiblemente, eficaces por igual. En suma, se denomina como la capacidad de análisis de un problema en particular y el desarrollo de un método novedoso o práctico para solventarlo de una manera viable.*
- **El conocimiento científico:** *es efecto y condición del cambio mismo, pues obedece a situaciones, necesidades y posibilidades nuevas, a la vez que las crea por sí mismo.*

De los conceptos antes descritos solo se utilizarán como objeto de estudio en esta investigación, o como un modo de clasificar los contenidos de las materias del plan de estudios de 1999 al 2004 de la Escuela de Arte y Comunicación Visual, el conocimiento operativo y el profesional, puesto que el primero atañe únicamente al manejo de los medios y tecnologías, sin incursionar otros conocimientos como la definición de un problema, maquetación, planificación, visualización, manejo del color y lenguaje plástico para construir una solución de diseño según su problemática particular. El conocimiento operativo es meramente mecánico y se convierte en una herramienta para un diseñador, no la solución de un problema determinado por sí mismo, le brinda las ventajas o apoyo para dar vida a un proceso de desarrollo y un producto final, ofreciendo distintas calidades para llegar a un resultado. En cuanto al conocimiento profesional, este debe ser entendido desde la perspectiva





de contar con la capacidad o el entrenamiento para resolver casos o problemas ya establecidos, o que surjan de manera imprevista. Se ha facultado al profesional, en este caso al diseñador gráfico, a resolver eventualidades y no siempre seguir los lineamientos ni limitarse por ellos.

2.1 Currículo y fase de diseño curricular

¿Qué es un currículo?

Según Torres Santomé el currículo es:

“Un sistema organizativo: toda acción social debe enmarcarse a un determinado orden. Debidamente normalizado: en cuanto a límites para acotar la acción en tiempo y espacio, y determinado: debe existir un acuerdo de partes para establecer lo que se debe enseñar y aprender. Todo ello referido a los contenidos específicos y explícitos, en los cuales se precisan y detallan los campos y áreas que se abordarán evitando la subjetividad del mismo. Estas acciones se dan, sin duda, en el marco del proceso de enseñanza aprendizaje de una institución educativa, en todos los casos circunscriptos al currículum formal.” (<http://www.monografias.com/trabajos17/curriculum-oculto-estrategia/curriculum-oculto-estrategia.shtml#como>).

Lo anterior además de definir o asumir el currículo como un sistema que organiza y normaliza los conocimientos de una carrera, describe un proceso que no se diseña o planifica de manera aislada, sino más bien, le describe como un proceso en el que influyen una serie de factores que le modifican, interactúan, o limitan. Continúa diciendo:

“Generalmente el currículum es elaborado por docentes o especialistas vinculados al sistema educativo; sin embargo, al constituirse éste en un medio donde se registra públicamente la experiencia, a fin de poner en práctica una propuesta educativa no sólo de contenidos, sino de métodos, recursos, etc. sus connotaciones involucran otros ámbitos, como se dijo anteriormente cuando el currículum se relaciona al contexto social”.

Por ende, no puede diseñarse un currículo sin tener en cuenta esta serie de aspectos, el contexto social, métodos, recursos y las normas e ideales de la institución educativa. El currículo no es estático, sino que con el paso del tiempo





debe modificarse y adaptarse a las nuevas necesidades de una sociedad cambiante (medio laboral), según las demandas que acá se soliciten, así deben ser los ajustes a modificar en él.

Agrega:

“A través del currículum se establece lo que el estudiante tiene que aprender y cómo deberá hacerlo, pero sólo se refiere a los conocimientos intelectuales, es decir, se refiere a las habilidades cognitivas, determinadas en las asignaturas, desde la visión procesal circunscripta al ámbito de la institución educativa. Responde a las necesidades de formación del estudiante y de su medio social (ambiental, familiar, mercado, etc.). Es un instrumento generalmente consensuado que está perfectamente delimitado, pautado y precisado al detalle.” (http://www.foroalfa.com/D.php/El_diseno_es_arte/3).

El currículum es el que dicta las pautas de los contenidos de cada curso, lo limita o lo desarrolla, dicta los objetivos, y todo el conjunto de elementos que hacen posible el desarrollo de destrezas y habilidades propias del campo. Estas se irán modificando según el tiempo, descubrimientos y las necesidades que se van generando en el medio laboral. El autor citado indica:

“El currículum, además de constituirse en una aproximación a los contenidos culturales de una sociedad -o parte de ella-, es una forma de comunicación abierta. Esa estructuración se produce en diferentes niveles: desde el diseño curricular base que se enmarca en la visión de la institución educativa, hasta las adaptaciones -e interpretaciones- curriculares que hace cada docente y cada estudiante.” (<http://www.monografias.com/trabajos17/curriculum-oculto-estrategia/curriculum-oculto-estrategia.shtml#como>).

2.2 ¿Qué es un plan de estudios?

“El plan de estudios ha de estar diseñado de tal forma que contemple la formación, preparación y entrenamiento de futuros profesionales mediante la aplicación de un método investigativo general, y normas particulares de las diferentes disciplinas, con responsabilidad y conciencia de su incidencia en la sociedad” (<http://www.recursosees.uji.es/fichas/fc13.pdf>).

Un plan de estudios debe estar diseñado por profesionales del campo, que se





encuentren actualizados con los avances y exigencias del medio laboral, es quien permite el entrenamiento y el proceso de conocimiento de los futuros egresados o profesionales del campo. Debe de estar aprobado por la institución educativa y por la universidad en la cual se imparte la carrera, así mismo todas las normas y lineamientos que en él se encuentran deben de estar regidos o limitados por la institución universitaria como se describe a continuación:

“Los planes de estudios se elaboran y aprueban por las universidades, en la forma que determinan sus estatutos o normas de organización y funcionamiento, previa autorización de su implantación por el órgano competente de la respectiva comunidad autónoma. Deben ajustarse a las directrices generales comunes y a las directrices generales propias que el gobierno establezca para cada título y se homologan de acuerdo con la normativa vigente al respecto”. (<http://www.recursoseees.uji.es/fichas/fc13.pdf>).

2.3 ¿Qué es un perfil profesional?

Se define como el conjunto de capacidades y conocimientos que se van obteniendo con determinado plan de estudios, el mismo debe de responder a las demandas del medio laboral y actualizarse constantemente en relación con los cambios sociales, políticos y culturales, nunca puede ser estático porque caería en desuso. El perfil profesional es la capacidad que tendrán los estudiantes o futuros egresados para asumir los diferentes retos que se presente en su campo, y de igual manera es responsabilidad del estudiante actualizarse constantemente en su ámbito una vez egresado de su centro de estudio, para estar siempre al día con las exigencias laborales. En suma:

“Es un conjunto de capacidades y competencias que identifican la formación de una persona, para asumir en condiciones óptimas las responsabilidades propias del desarrollo de funciones y tareas de una determinada profesión.

Los perfiles profesionales evolucionan y cambian según la demanda ocupacional y el mercado de trabajo, por tanto son dinámicos. Deben considerar la demanda social es decir, las necesidades sociales de los grupos que son objeto de la intervención.

Son analíticos, pues posibilitan orientar y promover el comportamiento futuro e identifican espacios y condiciones disponibles para desarrollar determinadas estrategias y acciones. Y obedecen a la racionalidad esbozada por el currículo





del plan de estudios.” (<http://www.recursosees.uji.es/fichas/fc12.pdf>).

De igual manera, las materias o cursos contenidas en el plan de estudio deben ser pertinentes a él, y deben convertirse en los componentes que estructuren cada uno de los elementos de la carrera, las cuales deben estar siempre en constante contacto con el medio laboral para satisfacer sus demandas y lograr una mejor capacitación de los estudiantes:

“Los contenidos de los programas tienen que estar orientados a garantizar el desarrollo de las competencias, propias de un primer nivel de profesionalización a nivel de grado. El postgrado permitirá un nivel mayor de profundización, especialización y dominio de las competencias profesionales exigidas, por los perfiles académicos y profesionales de los egresados de las titulaciones. Las competencias pertinentes al perfil profesional se determinarán según los criterios de los académicos, los empleadores y los graduados.” (www.recursosees.uji.es/fichas/fc12.pdf).

2.4 El diseño curricular

Para llegar a un replanteamiento de perfil profesional se debe de reconocer primeramente cual es el proceso que origina un perfil determinado. Así mismo, deben de definirse cuales son los parámetros que dictan la conveniencia de un perfil o de otro. Dichos factores serán determinantes para el proceso de desarrollo curricular, el cual debe cumplir con varios factores que Marta Eugenia Quesada Solano, María Agustina Cedeño Suárez y José Manuel Zamora Calvo (*Quesada, Cedeño y Zamora 2001, p. 41*) describen; la fase de diseño curricular es el proceso de construcción social, donde se toman decisiones que conducen a la elaboración y la práctica de propuestas curriculares pertinentes, oportunas y flexibles.

Estos mismos autores establecen tres fases, que se deben de tener en cuenta a la hora de elaborar un diseño curricular:

- **DISEÑO:** proceso de planificación de un determinado currículo. Proceso de selección, organización y evaluación del contenido curricular, de acuerdo con el paradigma escogido.
- **EJECUCIÓN:** proceso dinamizador del currículo, se adquieren experiencias que promueven y fortalecen el desarrollo cotidiano de la práctica educativa. Es el marco en el que se contextualizan los procesos de enseñanza y aprendizaje y la formación del futuro graduado. Tiene 2 momentos:





- **Elaboración de un plan y su implementación:** se programa y organizan acciones específicas, se identifican las necesidades y las condiciones, se asignan responsabilidades y se calendarizan las acciones propuestas.
- **Implementación:** no sólo se implementa el plan sino que se realizan y se conjugan diversas experiencias individuales y colectivas, cuyo propósito es el de integrar el currículo.
- **EVALUACIÓN:** la evaluación curricular no puede desplegarse de la práctica, de la forma en que se lleva a cabo el trabajo académico, o de los procesos de construcción del conocimiento de los estudiantes. En los procesos de evaluación se insertan tanto el currículo y los sujetos que se relacionan de manera directa o indirecta con él (académicos, especialistas, estudiantes, egresados y organizaciones profesionales.).

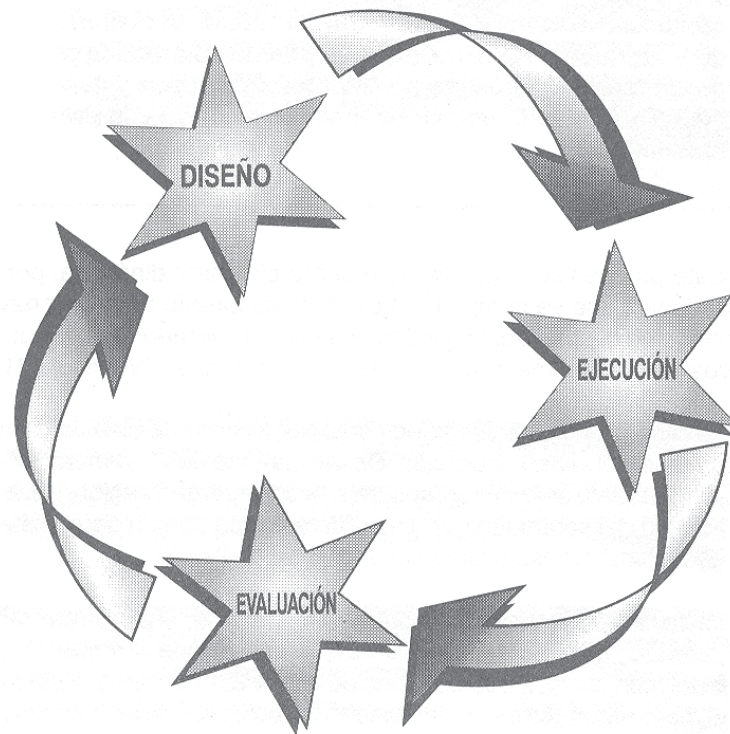


Fig. 1 Proceso de desarrollo curricular
(Tomado de Quesada, Cedeño y Zamora 2001, p. 34)





La fase de diseño curricular es el proceso de planificación de un determinado currículo. Está conformado por las interrelaciones que sirven de soporte para las fases de ejecución y evaluación curricular, las cuales se divide en:

- **Externa:** atiende los aspectos relacionados con el contexto social y profesional de la carrera.

Trata las necesidades sociales y laborales que justifican la carrera, el análisis de ofertas curriculares similares, características del sector social que se quiere reclutar y las tendencias mundiales de desarrollo en las áreas de conocimiento social, económico y político. Las tendencias mundiales de desarrollo definen los espacios ocupacionales del egresado, que pueden ser:

- **Emergentes:** tiene una proyección al futuro.
 - **Operantes:** son los que están consolidados en la actualidad.
 - **Decadentes:** son los que han perdido vigencia.
- **Interna:** se relaciona con los fines, la misión de la universidad y las instancias que proponen una carrera: facultad, centro o sede y unidad académica.

Considera los productos de la evaluación institucional, la información de sectores como estudiantes, egresados, empleadores y colegios profesionales, todos valiosos en el rediseño de la oferta.

El componente fundamental lo constituye la madurez académica de la unidad, producto de la experiencia acumulada a través de su existencia.

El desarrollo disciplinario es parte relevante de esta dimensión. Este atiende la construcción de conocimiento que se propicia en la carrera, el cual se alimenta directamente del desarrollo de las áreas académicas.

Se pueden analizar y descubrir otros componentes de naturaleza específica, como el objeto de estudio de la carrera, áreas disciplinarias y los ejes curriculares, la relación teórica-práctica, la inter, multi y transdisciplinariedad, flexibilidad curricular, coherencia vertical y horizontal del plan de estudios, así como los principios metodológicos y evaluativos de la carrera.

- **Administrativa:** trata de la disponibilidad de recursos en la unidad académica para el desarrollo de sus actividades (económicos, acceso a fuentes de información actualizada e infraestructura física y tecnológica adecuadas (aulas, equipos, recursos didácticos).

Incluye los recursos humanos académicos, administrativos especializados, las estrategias de coordinación, los servicios adecuados y suficientes.

A partir del análisis de la oferta académica, las unidades podrán tomar decisiones



que favorezcan el desarrollo de planes de estudios, y por tanto que respondan a las demandas sociales y a las tendencias de desarrollo de las disciplinas en estudio.



Fig. 2 Fase de diseño curricular
(Tomado de Quesada, Cedeño y Zamora 2001, p. 43)

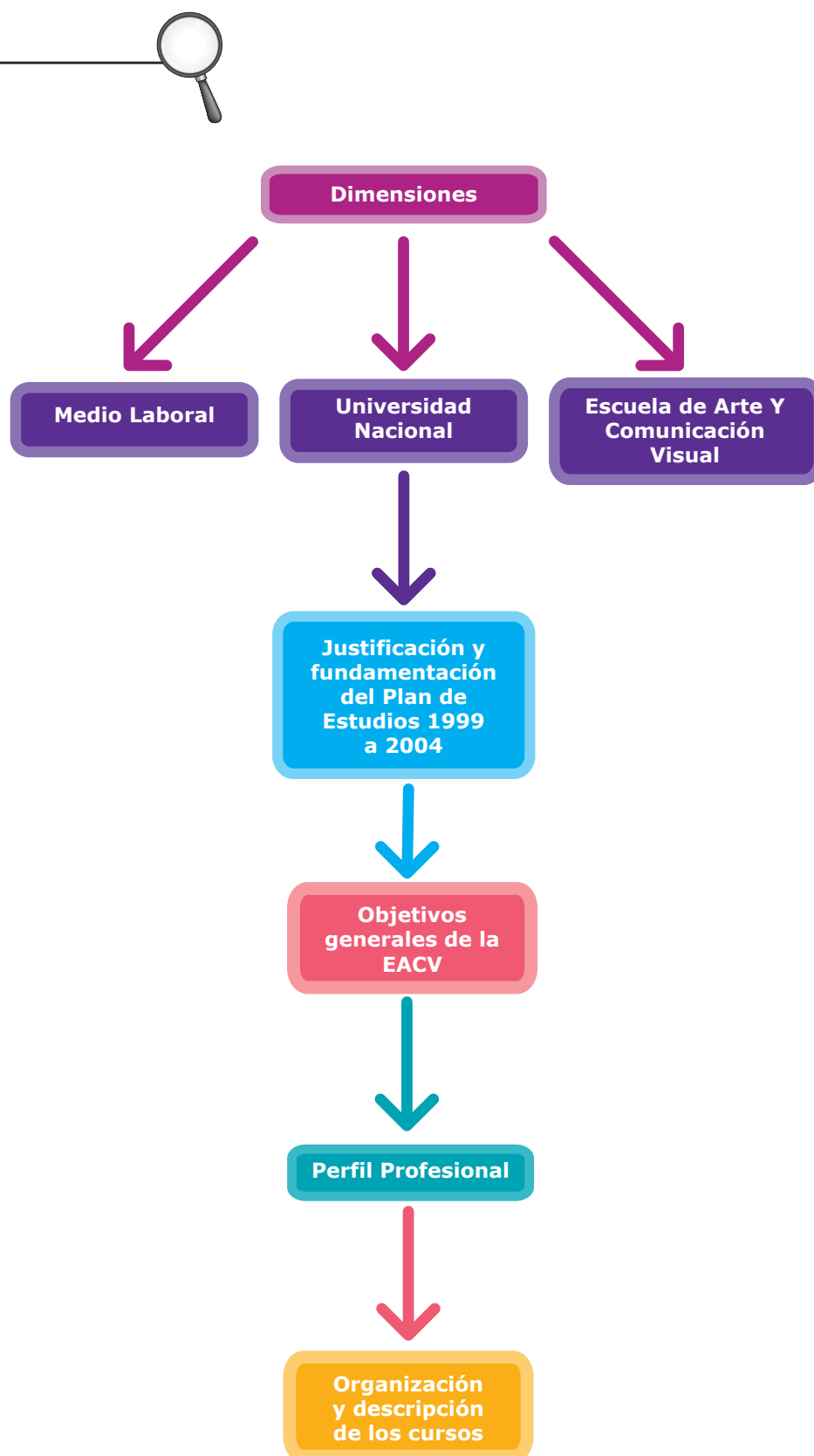


Fig. 3 Adaptación para la fase de diseño curricular para la Escuela de Arte y Comunicación Visual



2.5 Perfil del graduado

Define el conjunto de competencias que debe poseer el egresado al finalizar la carrera. Contempla aspectos fundamentales como la relación universidad–sociedad, es decir la relación entre las necesidades sociales y la formación universitaria del estudiante. De acuerdo con el principio fundamental de la Universidad Nacional hay dos alternativas concordantes **el perfil aprendizajes fundamentales** según la UNESCO y **el perfil por áreas de interés formativo**, según la Organización de Estados Iberoamericanos.



Fig. 4 Perfil de graduado y competencias
(Tomado de Quesada, Cedeño y Zamora 2001, p. 96)

- **PERFIL APRENDIZAJES FUNDAMENTALES:** en el cual los atributos académicos o profesionales se definen en torno a cuatro aprendizajes fundamentales:
 - **Aprender a conocer:** capacidad para comprender, describir, interpretar y transformar la realidad.
 - **Aprender a hacer:** competencias que capacitan para poner en práctica los conocimientos adquiridos.



- **Aprender a vivir:** competencias personales para la comprensión del otro, el respeto al pluralismo y la preparación para el cambio.
- **Aprender a ser:** capacidad para construir el propio proyecto de vida y lograr la autonomía crítica.

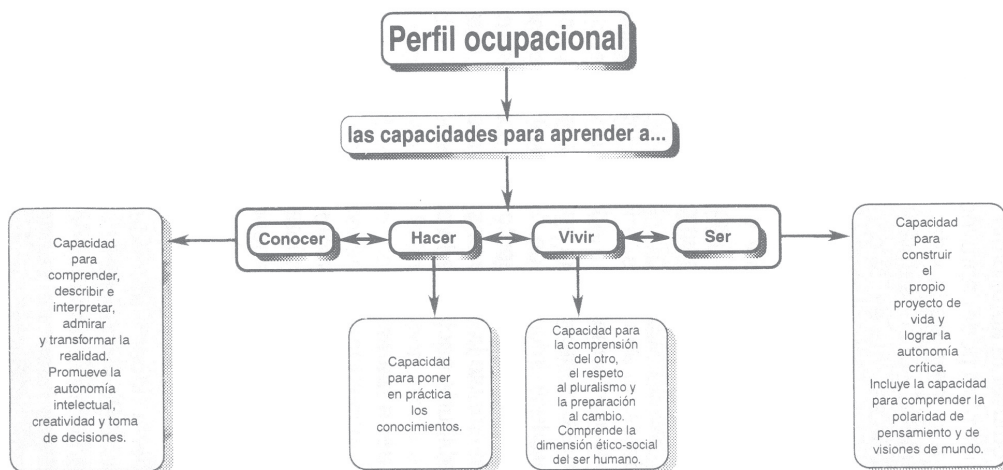


Fig.5 Perfil ocupacional
(Tomado de Quesada, Cedeño y Zamora 2001, p. 99)

- **Perfil por áreas de interés formativo:**
 - Se sustenta en una formación académico-humanista.
 - Se organiza por áreas de interés formativo áreas disciplinarias.
 - Esta visión asume al sujeto social como protagonista de la práctica profesional.
 - Punto de partida para orientar el proceso formativo del futuro graduado de manera integral y multidisciplinaria.

Requiere de los siguientes saberes:

- **Saber conceptual básico:** ofrece las bases del conocimiento para que el estudiante incursione en su propio campo disciplinario.
- **Saber procedimental:** incluye habilidades cognoscitivas (expresión, organización, y clasificación de ideas, detección de problemas, organización y desarrollo de la capacidad investigadora, logro de la meta cognición. Habilidades técnicas (realizar diagnósticos, elaborar



propuestas e informes, resolver situaciones, desarrollar procedimientos, crear estrategias, métodos y estilos, construir herramientas, elaborar evaluaciones, programar y aplicar innovaciones).

- **Saber actitudinal:** conciencia de identidad profesional y del contexto social, criticidad y autocrítica, ser adaptable y flexible, tolerante, gusto por la exploración y ser positivo.



Fig. 6 Perfil por áreas de interés formativos
(Tomado de Quesada, Cedeño y Zamora 2001, p. 108)

Las teorías de Frascara y Fernández Enguita permitirán establecer un análisis en torno a la formación profesional en el ámbito del diseño gráfico, y comprender los aspectos que se deben de tener en cuenta para diseñar un perfil profesional.

Frascara afirma que el pilar fundamental en la formación de un diseñador gráfico, debe ser **LA COMUNICACIÓN**, el cual es un aspecto imprescindible en la formación, ya que el diseñador debe de valerse de este recurso (la comunicación) para no plasmar en su trabajo sus apreciaciones personales, por encima de los requerimientos necesarios para hacer llegar de una manera clara y sin distorsiones o ruidos el mensaje, que desea transmitir a su público meta y lo más importante que éste lo entienda. Por otra parte, el enunciado de Fernández Enguita permitirá clasificar



los conocimientos adquiridos durante el desarrollo de la especialidad de Diseño Gráfico (plan 1999 al 2004) y determinar si los egresados de la Escuela de Arte y Comunicación Visual están capacitados para resolver cualquier problema según las necesidades que éste presente. *(Ver página 32-34 sobre tipos de conocimiento, Mariano Fernández Enguita).*

Finalmente Quesada, Cedeño y Zamora (2001) afirman que el diseño curricular es un proceso en constante movimiento, que debe analizar e introducir elementos que permitan al estudiante estar en constante actualización según el medio laboral, de lo contrario podría esto comprometer su inserción al campo laboral.

Estos aportes de diferentes autores (Fascara, Enguita, Quesada, Cedeño y Zamora) permitirán sustentar la investigación de la siguiente manera: en el caso de Fascara su aporte será desde la perspectiva profesional-laboral del diseñador gráfico en la actualidad, y a su vez, brindará su visión profesional de lo que debería ser un diseñador complementando los aspectos existentes en el perfil de egreso, en la unidad académica (Escuela de Arte y Comunicación Visual). En el caso de Fernández Enguita permitirá determinar el TIPO DE CONOCIMIENTO que se encuentra presente en la formación profesional de los egresados de la Escuela de Arte y Comunicación Visual, y cuáles elementos o conocimientos propone Fascara para desarrollar y complementar un mejor perfil profesional para incluir dicha fusión en futuros planes de estudios. Basados estos dos últimos autores, sus propuestas y el plan de estudios 1999 al 2004 de la Escuela de Arte y Comunicación Visual y el perfil profesional que dicta la misma, es posible obtener una serie de elementos que promuevan un nuevo perfil profesional. Aquí será necesario someter los resultados a los lineamientos propuestos por Quesada, Cedeño y Zamora referente al diseño curricular en los planes de estudios, para descartar o incluir los resultados de una manera real dando origen a un nuevo perfil profesional.



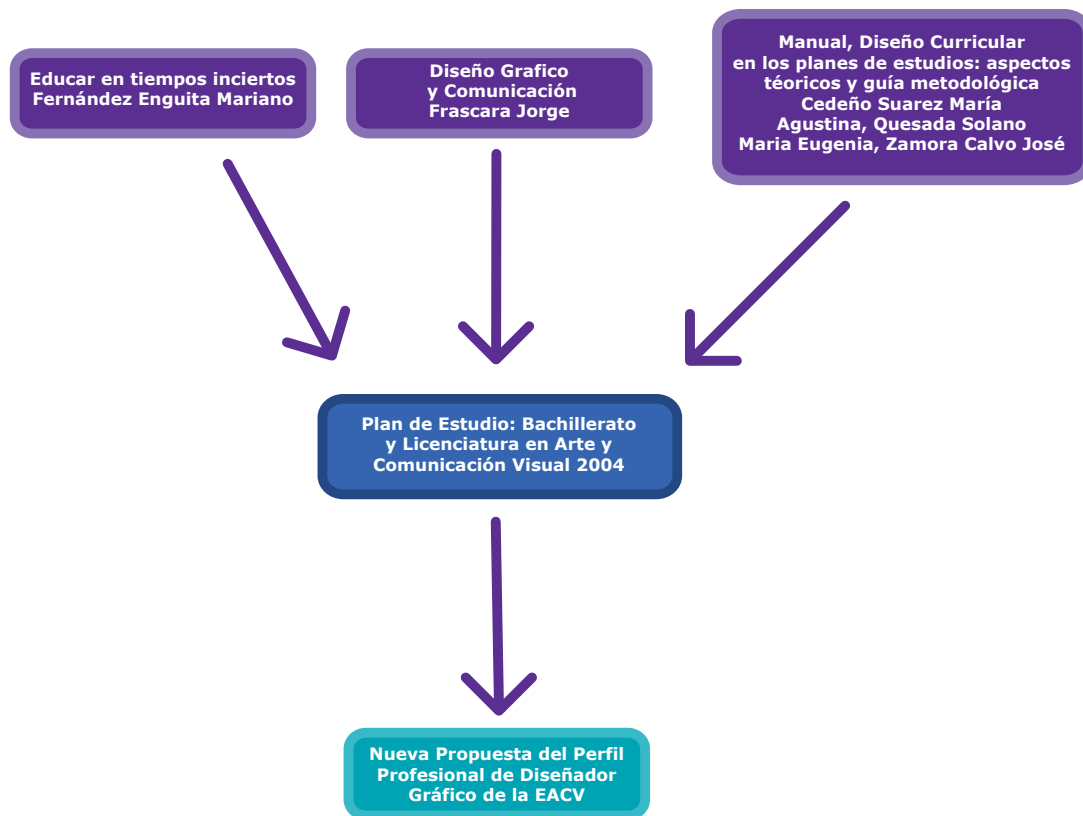


Fig. 7 Esquema del marco teórico



CAPÍTULO 3



3. Referente Metodológico

En este capítulo se plantean las estrategias metodológicas que orientan el desarrollo de este estudio.

3.1 Enfoque y tipo de investigación

El problema que se plantea en este estudio se aborda desde una dimensión de tipo **cualitativo**, que posibilita comprender e interpretar los hechos a partir de:

- El contexto particular en el que se ubican los participantes.
- Las vivencias de los participantes, sin buscar procedimientos estandarizados y altamente racionales.
- Las perspectivas y aporte de cada participante
- Las percepciones de los participantes utilizando sus mismas palabras habladas o escritas.
- Los hechos que se presentan, dejando de lado ideas preconcebidas por parte de las investigadoras.
- La interacción entre las investigadoras y los informantes para recoger los datos de modo sistemático y no intrusivo.
- La relación de las partes con el todo. (*Taylor y Bodgan, 1992, p.29-32*).

3.2 Fases del estudio

Con base en lo expuesto, este estudio cuenta con cuatro fases para su desarrollo:

- **LA OBSERVACIÓN:** reconocimiento de la situación.
- **LA PLANIFICACIÓN:** diseño y desarrollo de un plan de acción.
- **EL ANÁLISIS:** valoración de las fuentes, el contexto y la posible solución al problema.
- **LA ACCIÓN:** el planteamiento de una nueva propuesta.

- **LA OBSERVACIÓN:** se reconoce una situación inicial identificando las necesidades que se quieren resolver; en el caso específico de esta investigación, se observó que hay aspectos que deben estar integrados en el plan de estudios de la Escuela de Arte y Comunicación Visual, y en particular en la especialidad de diseño gráfico.





- **LA PLANIFICACIÓN:** el diseño y desarrollo de un plan de acción, permite establecer prioridades para mejorar la situación en estudio: se identifica el problema y se definen objetivos, valorando las fuentes de donde se obtendrá la información para llevar a cabo el análisis de datos; además se diseñan, las herramientas para analizar la información recolectada.
- **EL ANÁLISIS:** con el análisis del plan de estudios 1999 al 2004 de la Escuela de Arte y Comunicación Visual de la Universidad Nacional, se busca determinar si el perfil profesional de diseñador gráfico, contiene aspectos similares a los descritos por Jorge Frascara. Así mismo, se valora si estos aspectos pueden adaptarse o complementar al perfil profesional del graduado, con el fin de mejorar la formación profesional y por tanto ajustarse más efectivamente a las exigencias del medio laboral actual.

Para concretar lo anterior se llevan a cabo las siguientes acciones:

- Análisis de contenidos de los cursos del plan de estudios de 1999 al 2004 de Escuela de Arte y Comunicación Visual.
- Clasificación de los contenidos de los cursos del plan de estudios de 1999 al 2004 referente a la especialidad de Diseño Gráfico.
- Comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre perfil profesional de diseñador gráfico, con los aspectos del plan de estudios 1999 al 2004.
- Clasificación de los contenidos de los cursos según las categorías de Mariano Fernández Enguita en aspectos Operativos o Profesionales.
- Realización de una entrevista a los egresados de la especialidad de Diseño Gráfico (plan de estudios 1999 al 2004) para conocer su opinión con respecto a su experiencia formativa y su relación con su desempeño laboral actual, y valorar la presencia o no de los aspectos descritos por Frascara.
- Propuesta de un nuevo perfil de egresado para la especialidad de diseño gráfico, y su recomendación en el diseño de planes futuros en la Escuela de Arte y Comunicación Visual.

Con el análisis del plan de estudios se busca determinar si el perfil profesional del diseñador gráfico que contempla el plan 1999 al 2004, se puede complementar con lo descrito por Jorge Frascara en su propuesta de perfil profesional de diseñador gráfico; y valorar si su fusión resulta efectiva para las exigencias del medio laboral actual. Cabe indicar que la estructura curricular del plan de estudios





vigente 1999 al 2004 estableció cuatro áreas disciplinarias básicas:

- **Técnicas:** conformada por pintura, grabado, dibujo, escultura, vidrio, cerámica, papel, textiles, diseño ambiental y diseño gráfico. Estas materias rotaban cada tres meses. Se desarrolla de primer a segundo año.
- **Fundamentos teórico-analíticos:** conformada por historia del arte e investigación. Se desarrolla de primero a quinto año.
- **Producción y proyectos:** conformada por proyectos. Se desarrolla de primero a quinto año.
- **Complementarias:** estudios generales, idioma extranjero y optativas.
- **LA ACCIÓN** (fase en la que reside la novedad): se ejecuta el plan de acción y la observación de sus efectos en el contexto. Se diseñan instrumentos, en nuestro caso en particular, una tabla de cotejo para analizar el plan de estudios 1999 al 2004 de la Escuela de Arte y Comunicación Visual involucrando en ella, los aspectos descritos por Frascara sobre el diseñador gráfico. Así mismo, se aplica la misma tabla involucrando la misma valoración de Frascara a los egresados, para que valoren si los aspectos descritos en el plan están presentes en su formación y coinciden con los descritos por Frascara.

Las acciones para el cambio no se realizan desde “afuera” sino que es un proceso mediante el cual la investigación y la acción para el cambio se realizan simultáneamente.

Desarrollo de la acción

- **La reflexión:** *“se realiza un análisis crítico acerca de los procesos y situaciones que se presentan. Se ordenan, agrupan y relacionan los datos de acuerdo con los objetivos de la investigación, es decir, se prepara la información a fin de proceder a su análisis e interpretación”. (Colás & Buendía, 1994, p.298).*

3.3 Fuentes de información y participantes

3.3.1 Fuentes de información

El problema de la investigación se aborda mediante las siguientes fuentes de información:

- **Fuentes primarias:** técnicas de trabajo que permitieron acercarse a la realidad en estudio y a la interpretación de los sujetos participantes referente a la problemática en estudio.





- **Fuentes secundarias:** revisión y el análisis de material bibliográfico: libros, artículos y otros documentos relacionados con la temática.
- **Plan de estudios de la Escuela de Arte y Comunicación Visual de la Universidad Nacional 1999 al 2004 en la especialidad de Diseño Gráfico.**
Para analizar varios componentes del plan de estudios: objetivos, contenidos de cada curso, TIPO DE CONOCIMIENTO impartidos a lo largo de la carrera y metas de la especialidad de diseño gráfico. Así mismo para conocer el tipo de perfil de egresado.
- Otras fuentes:
 - **“Diseño Gráfico y Comunicación”** de Jorge Frascara, es el complemento fundamental de la investigación, para establecer la comparación entre el perfil profesional en la especialidad de diseño gráfico, y lo que propone este autor para definir la profesión.
 - **“Educar en tiempos inciertos”** de Mariano Fernández Enguita, este libro constituye otro de los pilares de la investigación, ya que permitirá clasificar los conocimientos de el área profesional y operacional.
 - **“Diseño curricular en los planes de estudio”** de Marta Eugenia Quesada Solano, María Agustina Cedeño Suárez y José Manuel Zamora Calvo. Este libro nos permitirá conocer los parámetros o lineamientos necesarios para crear un nuevo perfil y los elementos que conforman un plan de estudios.

3.3.2 Selección de los participantes

- **Los participantes clave en este estudio son:**

Estudiantes egresados de la especialidad de Diseño Gráfico de la Escuela de Arte y Comunicación Visual durante el plan 1999 al 2004, su perspectiva laboral actual y su experiencia durante su periodo de estudios.

- **Criterios de selección de los participantes**
 - **Cantidad de estudiantes:** 8 (aunque inicialmente eran 22 egresados)
 - **Edades:** 26-30
 - **Especialidad:** Diseño Gráfico
 - **Situación laboral actual:** en el transcurso de la investigación se desempeñan laboralmente.



- **Año de egreso:** 2002-2003-2004
- **Grado profesional:** bachillerato universitario.
- **Nacionalidad:** costarricenses y extranjeros
- **Plan de estudios:** 1999 al 2004

Los participantes son hombres y mujeres con un promedio de edad de los 26 años a los 30 años, nacionales y extranjeros, egresados bajo el plan de estudios 1999 al 2004 de la Escuela de Arte y Comunicación Visual de la Universidad Nacional en la especialidad de Diseño Gráfico. Dichos sujetos fueron escogidos ya que son los estudiantes egresados bajo ese plan de estudios (1999 al 2004).

3.4 Selección de la muestra

“La elección de estrategias de selección y muestreo depende de los fines y cuestiones formuladas, la naturaleza de la unidad empírica que se va a estudiar, los marcos teóricos o conceptuales generales que informan el estudio y la credibilidad que el investigador pretende conferir a la generalización o a la comparación de resultados” (Goetz y Le Compte, 1988, p. 103).

La selección de la muestra es de carácter aleatorio en donde se contó con una lista de la mayoría de los estudiantes de la Escuela de Arte y Comunicación Visual, egresados durante el plan de estudios 1999 al 2004 que cursaron la especialidad de Diseño Gráfico y posteriormente se realizó un muestreo simple al azar tomando en cuenta la opinión de 8 egresados.

3.5 Técnicas e instrumentos para la recolección de los datos

3.5.1 Lista de cotejo

En la lista de cotejo se establecen los enunciados obtenidos de la descripción que hace Jorge Frascara. Los mismos se dividen en 11 categorías y en 80 sub categorías, que permiten describir puntualmente las características y conocimientos que debe tener un diseñador gráfico en su formación profesional.

Con este instrumento se recopila información para determinar los siguientes aspectos:





- La comparación entre los aspectos presentes en el plan estudios 1999 al 2004 y aspectos descritos por Frascara para crear una propuesta de un nuevo perfil profesional de diseñador gráfico.
- La presencia o no en el plan de estudios de los aspectos descritos por Frascara y la frecuencia en que se presentan: de forma total (positivo), parcial, y ausentes (negativo).
- El tipo de conocimiento predominante presente en la formación, según la teoría de Mariano Fernández Enguita, (operativo, profesional o ambos).

También mediante este instrumento se valora la frecuencia de cada enunciado y subenunciado y su clasificación en tres categorías:

- **Un aspecto presente:** se valora como **POSITIVO** es una **FORTALEZA**, la cual se asume como características y capacidades internas de la organización o persona que le han permitido o le permiten llegar al nivel actual de éxito, y lo que le distingue de la competencia (ventaja competitiva), si se descuida se pueden convertir en debilidades.
- **Un aspecto ausente:** se valora como **NEGATIVO** y es una **DEBILIDAD**. Entendemos como **DEBILIDADES** las características y capacidades internas de una organización o persona que no están en el punto que debieran, para contribuir al éxito y más bien provocan situaciones desfavorables.
- **Un aspecto medianamente impartido:** se valora como **PARCIAL** y responde a aspectos que son **DEBILIDADES** pero pueden transformarse en **FORTALEZAS** de ser necesario.

De la misma manera, enunciados y subenunciados se clasifican en aspectos operativos (técnicos) y profesionales (conceptuales), según la tesis de Fernández Enguita. Lo anterior ofrece información acerca de cuáles son los que requieren ser reforzados o deben ser incluidos en el plan de estudios de la carrera.

3.5.2 Entrevista en profundidad

“Esta técnica es dinámica y flexible; no directiva o estructurada, no estandarizadas y abierta” (Taylor y Bodgan, 1992:101). Con ella se busca tener un acercamiento directo entre el investigador y los informantes, en donde estos últimos puedan referirse a sus experiencias según sus vivencias o desempeño diario. La





entrevista sigue un modelo de conversación entre dos personas, no como una entrevista formal de preguntas y respuestas sumamente estructuradas. Durante ese mismo proceso el investigador va formulando nuevas preguntas.

Según Taylor and Bodgan existen tres tipos de entrevistas en profundidad (*Taylor & Bodgan, 1992: 102-104*): **a. historia de vida o autobiografía, b. las que se dirigen al aprendizaje sobre acontecimientos y actividades que no se pueden observar directamente, c. las que proporcionan un cuadro amplio de una gama de escenarios, situaciones y personas.**

Para efectos de la presente investigación el tipo de entrevista utilizada es la segunda, (aquella que se dirige al aprendizaje sobre acontecimientos y actividades que no se pueden observar directamente), puesto que se requiere que los informantes expresen sus propias experiencias, sobre el plan con el que se egresaron y sobre su desempeño laboral actual. Así mismo, se les consulta su opinión sobre algunos aspectos que describe Jorge Frascara en su libro *“Diseño Gráfico y Comunicación”*, para valorar su importancia y su posible inserción en una nueva propuesta de perfil profesional.

La entrevista se aplicó a 8 egresados de la escuela de Arte y Comunicación Visual, de la especialidad de Diseño Gráfico, cuyos años de egreso se ubican en el 2002-2004. Las respuestas de los participantes permiten visualizar el criterio que poseen respecto a la formación que se les brindó, y la relación de los conocimientos adquiridos con su inserción y desarrollo en el medio laboral en el cual se desempeñan. Así mismo, se pretende conocer su opinión profesional sobre la propuesta que plantea Frascara sobre la definición y su postura respecto a los conocimientos que debe poseer un diseñador gráfico.



CAPÍTULO 4



4. Sistematización de la información

El objetivo fundamental de este estudio se centró en analizar el perfil profesional del diseñador gráfico que plantea la carrera de Arte y Comunicación Visual de la Universidad Nacional, tomando como referencia varias fuentes de información:

- El plan de estudios de la carrera del período 1999 al 2004.
- Los aportes teóricos y conceptuales de Jorge Frascara sobre la definición y conocimientos con los cuales debe contar un diseñador gráfico.
- Los tipos de conocimiento operativos y profesionales que plantea Mariano Fernández Engita.
- La percepción de los participantes respecto a la formación que se les brindó y la relación de los conocimientos adquiridos con su inserción y desarrollo en el medio laboral en el cual se desempeñan.

La información obtenida se sistematizó de la siguiente manera:

4.1 LISTA DE COTEJO

Se analizó la lista de cotejo que contienen una clasificación de los enunciados descritos por Jorge Frascara, los cuales se enfatizan como un conjunto de conocimientos que debe administrar un Diseñador Gráfico o un Diseñador de la Comunicación Visual.

Para efectos del procesamiento de los datos se procedió de la siguiente manera:

- Se contabilizó cada aspecto en cuanto a presencia, **PRESENCIA PARCIAL** o **AUSENCIA** (positivo, parcial, negativo) en cada año o nivel de carrera.
- Se definió, según la cantidad de respuestas, el enunciado como una **FORTALEZA, DEBILIDAD O ASPECTO A MEJORAR**.
- Se determinaron los enunciados que pueden transformarse en una **FORTALEZA**.
- Se clasificó cada subenunciado como **OPERATIVO O PROFESIONAL** según corresponda.

4.1.2 Aspectos presentes en el plan estudios 1999 al 2004 según la descripción que establece Frascara





Lista de cotejo

Se incorporan los enunciados en cada nivel de la carrera (año académico) y se contabilizan acorde con su presencia o no en el plan de estudios (positivo, parcial, negativo) para visualizar los aspectos presentes en el plan estudios 1999 al 2004 y aspectos descritos por Frascara.

COMUNICACIÓN

La información obtenida se describe a continuación:

Comunicación Aspectos positivos				
Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
		Conocimiento de teorías de comunicación	Conocimiento de teorías de comunicación	Conocimiento de teorías de comunicación
Capacidad para definir un problema	Capacidad para definir un problema	Capacidad para definir un problema	Capacidad para definir un problema	Capacidad para definir un problema
		Capacidad para generar objetivos generales y específicos sobre un problema en particular	Capacidad para generar objetivos generales y específicos sobre un problema en particular	Capacidad para generar objetivos generales y específicos sobre un problema en particular
		Conocimientos diseño de estrategia de comunicación	Conocimientos diseño de estrategia de comunicación	Conocimientos diseño de estrategia de comunicación
Maquetación, proyección y realización de una propuesta visual.	Maquetación, proyección y realización de una propuesta visual.	Maquetación, proyección y realización de una propuesta visual.	Maquetación, proyección y realización de una propuesta visual.	Maquetación, proyección y realización de una propuesta visual.
		Análisis para solucionar problemas de comunicación	Análisis para solucionar problemas de comunicación	Análisis para solucionar problemas de comunicación
		Uso de un lenguaje visual efectivo según el requerimiento del mensaje.	Uso de un lenguaje visual efectivo según el requerimiento del mensaje.	Uso de un lenguaje visual efectivo según el requerimiento del mensaje.
	Utilización de la calidad estética en función de la comunicación y el mensaje a transmitir	Utilización de la calidad estética en función de la comunicación y el mensaje a transmitir	Utilización de la calidad estética en función de la comunicación y el mensaje a transmitir	Utilización de la calidad estética en función de la comunicación y el mensaje a transmitir
		Esquematización de la información (saber organizar la información)	Esquematización de la información (saber organizar la información)	Esquematización de la información (saber organizar la información)
			Ordenamiento de secuencias comunicacionales con claridad	Ordenamiento de secuencias comunicacionales con claridad





		Jerarquización de la información según componentes de un mensaje	Jerarquización de la información según componentes de un mensaje	Jerarquización de la información según componentes de un mensaje
Claridad de representación de una figura	Claridad de representación de una figura	Claridad de representación de una figura	Claridad de representación de una figura	Claridad de representación de una figura
Capacidad de síntesis de una imagen o idea	Capacidad de síntesis de una imagen o idea	Capacidad de síntesis de una imagen o idea	Capacidad de síntesis de una imagen o idea	Capacidad de síntesis de una imagen o idea
	Capacidad para la adecuación de un mensaje a distintos medio publicitarios o de comunicación			
USO DE MENSAJES NO VERBALES				
Conceptualización	Conceptualización	Conceptualización	Conceptualización	Conceptualización
Ordenamiento visual	Ordenamiento visual	Ordenamiento visual	Ordenamiento visual	Ordenamiento visual
Presentación de propuestas visuales	Presentación de propuestas visuales	Presentación de propuestas visuales	Presentación de propuestas visuales	Presentación de propuestas visuales
Justificación de propuestas visuales	Justificación de propuestas visuales	Justificación de propuestas visuales	Justificación de propuestas visuales	Justificación de propuestas visuales
Coherencia entre la justificación conceptual y el producto final	Coherencia entre la justificación conceptual y el producto final	Coherencia entre la justificación conceptual y el producto final	Coherencia entre la justificación conceptual y el producto final	Coherencia entre la justificación conceptual y el producto final
LENGUAJE VISUAL				
	Uso de elementos visuales en función de un mensaje	Uso de elementos visuales en función de un mensaje	Uso de elementos visuales en función de un mensaje	Uso de elementos visuales en función de un mensaje
Conocimiento y aplicación de teorías visuales y percepción visual	Conocimiento y aplicación de teorías visuales y percepción visual	Conocimiento y aplicación de teorías visuales y percepción visual	Conocimiento y aplicación de teorías visuales y percepción visual	Conocimiento y aplicación de teorías visuales y percepción visual
	Conocimiento y aplicación de las teorías del color	Conocimiento y aplicación de las teorías del color.	Conocimiento y aplicación de las teorías del color.	Conocimiento y aplicación de las teorías del color.
	Conocimiento y aplicación de la psicología del color	Conocimiento y aplicación de la psicología del color	Conocimiento y aplicación de la psicología del color	Conocimiento y aplicación de la psicología del color
		Conocimiento y aplicación de leyes ópticas	Conocimiento y aplicación de leyes ópticas	Conocimiento y aplicación de leyes ópticas

Comunicación				
Aspectos negativos				
Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
Conocimiento de teorías de comunicación	Conocimiento de teorías de comunicación			
Capacidad para generar objetivos generales y específicos sobre un problema en particular	Capacidad para generar objetivos generales y específicos sobre un problema en particular			



Conocimientos diseño de estrategia de comunicación	Conocimientos diseño de estrategia de comunicación			
Análisis para solucionar de problemas de comunicación	Análisis para solucionar de problemas de comunicación			
Uso de un lenguaje visual efectivo según el requerimiento del mensaje	Uso de un lenguaje visual efectivo según el requerimiento del mensaje.			
Utilización de la calidad estética en función de la comunicación y el mensaje a transmitir				
Esquematización de la información (saber organizar la información)	Esquematización de la información (saber organizar la información)			
Jerarquización de la información según componentes de un mensaje	Jerarquización de la información según componentes de un mensaje			
		Capacidad para la adecuación de un mensaje a distintos medio publicitarios o de comunicación.	Capacidad para la adecuación de un mensaje a distintos medio publicitarios o de comunicación.	Capacidad para la adecuación de un mensaje a distintos medio publicitarios o de comunicación.
Conocimiento y aplicación de la psicología del color				
Conocimiento y aplicación de leyes ópticas				

Comunicación Aspectos parciales				
Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
		Esquematización de la información (saber organizar la información)		
Ordenamiento de secuencias comunicacionales con claridad	Ordenamiento de secuencias comunicacionales con claridad	Ordenamiento de secuencias comunicacionales con claridad		
Capacidad para la adecuación de un mensaje a distintos medio publicitarios o de comunicación				
Uso de elementos visuales en función de un mensaje determinado				



Conocimiento y aplicación de las teorías del color				
	Conocimiento y aplicación de leyes ópticas			

En relación con el enunciado comunicación se observa lo siguiente:

PRIMER AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)

Se presentan 10 aspectos que giran en torno al conocimiento y aplicación de teorías y percepción visual; hecho que permite que los estudiantes:

- Desarrollen capacidades para definir un problema.
- Lleven a cabo ejercicios sobre los conceptos estudiados de maquetación, observación, representación gráfica.
- Apliquen todos los conceptos relacionados con el uso de mensajes no verbales, ya que como se visualiza en la lista de cotejo, todos estos aspectos se encuentran presentes desde el primer año.

- Aspectos ausentes (negativos)

Se encuentran 9 aspectos ausentes en el primer año de estudios los cuales están relacionados con:

- El conocimiento de las teorías de la comunicación y diseño de estrategias de comunicación, leyes ópticas
- Desarrollo de capacidades para generar objetivos generales y específicos sobre un problema en particular, organizar la información, solucionar problemas de comunicación, utilizar lenguaje visual, calidad estética en función de la comunicación y mensaje a transmitir, jerarquización de la información según componentes de un mensaje, aplicación de la psicología del color.

- Aspectos con presencia parcial

Cuatro son los aspectos que tiene presencia parcial, los cuales giran en torno a elementos de tipo comunicacional y generación de capacidades para adecuar mensajes a distintos medio publicitarios, la utilización de elementos visuales en función de un mensaje determinado y aplicación de teorías del color.





SEGUNDO AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)

Se presentan 15 aspectos de los cuales 10 de ellos han sido desarrollados durante el primer año, por lo que estos se profundizan durante este año, especialmente los relacionados con el uso de mensajes no verbales.

En general los 5 aspectos nuevos que se presentan en este segundo año, se orientan hacia la comunicación y los mensajes: utilización de la calidad estética en función de la comunicación y mensaje a transmitir, uso de elementos visuales en función de un mensaje, conocimiento y aplicación de las teorías del color y desarrollo de capacidades para la adecuación de mensajes en medios publicitarios o de comunicación.

- Aspectos ausentes (negativos)

Se repiten aspectos ausentes en el primer año estudios los cuales están relacionados con:

- El conocimiento de las teorías de la comunicación y diseño de estrategias de comunicación.
- Desarrollo de capacidades para generar objetivos generales y específicos sobre un problema en particular, organizar la información, solucionar problemas de comunicación, utilizar el lenguaje visual en función de la comunicación; jerarquizar la información según componentes de un mensaje.

- Aspectos con presencia parcial

Dos son los aspectos que tienen presencia parcial durante el segundo año: ordenamiento de secuencias comunicacionales, conocimiento y aplicación de leyes ópticas.

TERCER AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)

Durante este año están presentes prácticamente la totalidad de elementos relacionados con la comunicación, excepto los relacionados con el ordenamiento de secuencias comunicacionales, y la generación de capacidades para la adecuación de un mensaje a distintos medios publicitarios o de comunicación. Cabe indicar que este aspecto únicamente se presentó en el segundo año, y no se volvió a desarrollar en los años siguientes.





- Aspectos ausentes (negativos)
La capacidad para adecuar un mensaje a distintos medios publicitarios o de comunicación, únicamente se ofreció durante el primer y segundo año.
- Aspectos con presencia parcial
Dos son los aspectos que tienen presencia parcial en este año: desarrollo de capacidades para organizar la información y ordenamiento de secuencias comunicacionales.

CUARTO AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)
Igual que en tercer año, están presentes prácticamente la totalidad de elementos relacionados con la comunicación, excepto la generación de capacidades para la adecuación de un mensaje a distintos medios publicitarios o de comunicación, aspectos que no se retoman desde el segundo año.
- Aspectos ausentes (negativos)
La capacidad para adecuar un mensaje a distintos medios publicitarios o de comunicación, aspecto con ausencia en el plan de estudios desde tercer año.
- Aspectos con presencia parcial
No hay aspectos con presencia parcial en este año.

QUINTO AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)
Igual que en los años anteriores, están presentes prácticamente la totalidad de elementos relacionados con la comunicación, excepto la generación de capacidades para la adecuación de un mensaje a distintos medios publicitarios o de comunicación, aspectos que no se retoman desde el segundo año.
- Aspectos ausentes (negativos)
La capacidad para adecuar un mensaje a distintos medios publicitarios o de comunicación. Está ausente desde tercer año.





- Aspectos con presencia parcial

No hay aspectos con presencia parcial en último año.

Como se ha podido visualizar el enunciado COMUNICACIÓN va adquiriendo mayor presencia conforme se avanza en la carrera, llegando a sus puntos máximos en cuarto y quinto año. Se observa como en el primer año la cantidad de aspectos positivos es igual a la de los negativos, y vemos como en segundo año esto cambia.

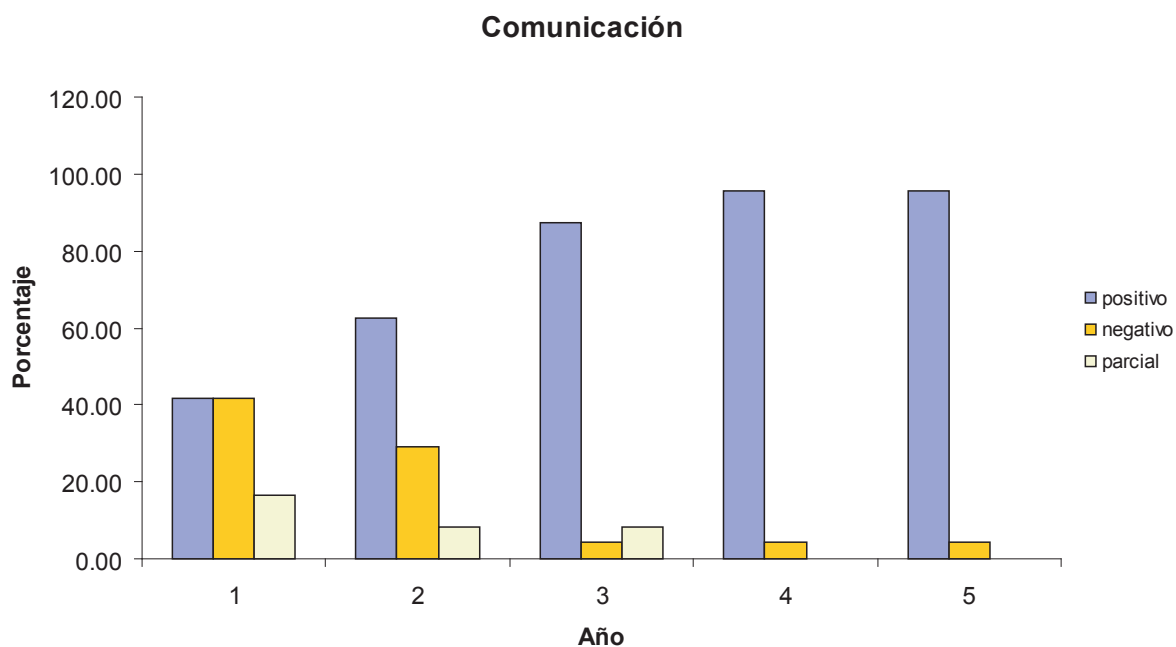


Fig. 8. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre COMUNICACIÓN y la presencia de estos en el plan de estudios 1999 al 2004.

MANEJO DE EQUIPOS MULTIDISCIPLINARIOS

La información obtenida se detalla seguidamente:

Manejo de equipos multidisciplinarios				
Aspectos positivos				
Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
			Conocimiento de aplicación de técnicas de investigación	Conocimiento de aplicación de técnicas de investigación
Visualización de proyectos	Visualización de proyectos	Visualización de proyectos	Visualización de proyectos	Visualización de proyectos





Coordinación del desarrollo de trabajo con otros profesionales de distintos ámbitos	Coordinación del desarrollo de trabajo con otros profesionales de distintos ámbitos	Coordinación del desarrollo de trabajo con otros profesionales de distintos ámbitos		
		Coordinación y desarrollo de estrategias de trabajo (medios, metodología, procedimientos, objetivos, público meta, alcances)	Coordinación y desarrollo de estrategias de trabajo (medios, metodología, procedimientos, objetivos, público meta, alcances)	Coordinación y desarrollo de estrategias de trabajo (medios, metodología, procedimientos, objetivos, público meta, alcances)
	Conocimiento de fotografía	Conocimiento de fotografía	Conocimiento de fotografía	Conocimiento de fotografía
				Conocimiento de lenguajes de programación
		Conocimiento de plataformas de sistemas	Conocimiento de plataformas de sistemas	
	Conocimientos de ilustración	Conocimientos de ilustración	Conocimientos de ilustración	Conocimientos de ilustración
		Conocimiento de caligrafía y tipografía	Conocimiento de caligrafía y tipografía	Conocimiento de caligrafía y tipografía
Conocimiento de dibujo técnico	Conocimiento de dibujo técnico	Conocimiento de dibujo técnico	Conocimiento de dibujo técnico	Conocimiento de dibujo técnico
			Conocimiento de mercadeo y estrategias publicitarias	Conocimiento de mercadeo y estrategias publicitarias
			Conocimiento de medios	Conocimiento de medios
			Conocimientos de gráfica editorial (diagramación de periódicos, revistas y libros)	Conocimientos de gráfica editorial (diagramación de periódicos, revistas y libros)
				Conocimiento de desarrollo web
				Conocimiento de teorías de la información y usabilidad aplicables en web
			Conocimiento de estrategia y maquetación de proyectos digitales	Conocimiento de estrategia y maquetación de proyectos digitales
Conocimiento de materiales	Conocimiento de materiales	Conocimiento de materiales	Conocimiento de materiales	Conocimiento de materiales

Manejo de equipos multidisciplinarios				
Aspectos negativos				
Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
Conocimiento sobre estrategias de liderazgo	Conocimiento sobre estrategias de liderazgo	Conocimiento sobre estrategias de liderazgo	Conocimiento sobre estrategias de liderazgo	Conocimiento sobre estrategias de liderazgo





Conocimientos de aplicación de técnicas de investigación	Conocimientos de aplicación de técnicas de investigación			
			Coordinación del desarrollo de trabajo con otros profesionales de distintos ámbitos.	Coordinación del desarrollo de trabajo con otros profesionales de distintos ámbitos.
Elaboraciones de planes temporales para la estimación de costos personales en un proyecto (cotización)		Elaboraciones de planes temporales para la estimación de costos personales en un proyecto (cotización)*	Elaboraciones de planes temporales para la estimación de costos personales en un proyecto (cotización)	Elaboraciones de planes temporales para la estimación de costos personales en un proyecto (cotización)
Coordinación y desarrollo de estrategias de trabajo (medios, metodología, procedimientos, objetivos, público meta, alcances)	Coordinación y desarrollo de estrategias de trabajo (medios, metodología, procedimientos, objetivos, público meta, alcances)			
Conocimiento de fotografía				
Conocimientos de lenguajes de programación	Conocimientos de lenguajes de programación	Conocimientos de lenguajes de programación	Conocimientos de lenguajes de programación	
Conocimiento de plataformas de sistemas	Conocimiento de plataformas de sistemas			
Conocimiento de caligrafía y tipografía	Conocimiento de caligrafía y tipografía			
Conocimiento de mercadeo y estrategias publicitarias	Conocimiento de mercadeo y estrategias publicitarias	Conocimiento de mercadeo y estrategias publicitarias		
Conocimiento de medios	Conocimiento de medios			
Conocimiento de artes finales y pre-prensa	Conocimiento de artes finales y pre-prensa	Conocimiento de artes finales y pre-prensa	Conocimiento de artes finales y pre-prensa	Conocimiento de artes finales y pre-prensa
Conocimientos de gráfica editorial (diagramación de periódicos, revistas y libros)	Conocimientos de gráfica editorial (diagramación de periódicos, revistas y libros)	Conocimientos de gráfica editorial (diagramación de periódicos, revistas y libros)		
Conocimiento de edición de audio y video	Conocimiento de edición de audio y video	Conocimiento de edición de audio y video	Conocimiento de edición de audio y video	Conocimiento de edición de audio y video
Conocimiento de desarrollo web	Conocimiento de desarrollo web	Conocimiento de desarrollo web	Conocimiento de desarrollo web	
Conocimiento de teorías de la información y usabilidad aplicables en web	Conocimiento de teorías de la información y usabilidad aplicables en web	Conocimiento de teorías de la información y usabilidad aplicables en web	Conocimiento de teorías de la información y usabilidad aplicables en web	
Conocimiento de estrategia y maquetación de proyectos digitales	Conocimiento de estrategia y maquetación de proyectos digitales	Conocimiento de estrategia y maquetación de proyectos digitales		





Conocimiento de lenguajes de programación	Conocimiento de lenguajes de programación	Conocimiento de lenguajes de programación	Conocimiento de lenguajes de programación	Conocimiento de lenguajes de programación
---	---	---	---	---

Manejo de equipos multidisciplinares Aspectos parciales				
Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
		Conocimientos de aplicación de técnicas de investigación		
	Elaboraciones de planes temporales para la estimación de costos personales en un proyecto (cotización)			
				Conocimiento de plataformas de sistemas
Conocimientos de ilustración				
		Conocimiento de medios		

En relación con el enunciado manejo de equipos multidisciplinares se puede observar lo siguiente:

PRIMER AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)

Se presentan tres aspectos que incursionan en técnicas y herramientas plásticas y la capacidad para poder trabajar con otros profesionales de otras áreas. Acá se encuentran fortalecidos:

- La visualización de proyectos
- Coordinación del desarrollo de trabajo con otros profesionales de distintos ámbitos.
- Conocimiento de dibujo técnico
- Conocimiento de materiales

- Aspectos ausentes (negativos)

Se encuentran 17 aspectos ausentes en el primer año estudios que son aspectos técnicos y también de índole metodológica, los cuales están relacionados con:

- Conocimiento sobre estrategias de liderazgo
- Conocimientos de aplicación de técnicas de investigación





- Elaboraciones de planes temporales para la estimación de costos personales en un proyecto (cotización)
 - Coordinación y desarrollo de estrategias de trabajo (medios, metodología, procedimientos, objetivos, público meta, alcances)
 - Conocimiento de fotografía
 - Conocimientos de lenguajes de programación
 - Conocimiento de plataformas de sistemas
 - Conocimiento de caligrafía y tipografía
 - Conocimiento de mercadeo y estrategias publicitarias
 - Conocimiento de medios
 - Conocimiento de artes finales y pre-prensa
 - Conocimientos de gráfica editorial (diagramación de periódicos, revistas y libros)
 - Conocimiento de edición de audio y video
 - Conocimiento de desarrollo web
 - Conocimiento de teorías de la información y usabilidad aplicables en web
 - Conocimiento de estrategia y maquetación de proyectos digitales
 - Conocimiento de lenguajes de programación
- Aspectos con presencia parcial
- El aspecto que tiene presencia parcial, es de carácter técnico y es el de conocimiento de ilustración.

SEGUNDO AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)
- Se presentan 6 aspectos de los cuales cuatro de ellos (*) han sido desarrollados durante el primer año, por lo adquieren mayor profundidad durante este año.
- Los nuevos aspectos que se presentan en este segundo año, son de índole técnico, lo cual que permiten aprender nuevas herramientas para la presentación de ideas en el desarrollo de los diferentes proyectos, especialmente los relacionados con técnicas fotográficas, de ilustración y tipográficas.
- Visualización de proyectos (*)
 - Coordinación del desarrollo de trabajo con otros profesionales de distintos ámbitos. (*)
 - Conocimiento de fotografía





- Conocimientos de ilustración
 - Conocimiento de dibujo técnico(*)
 - Conocimiento de materiales (*)
- Aspectos ausentes (negativos)
- Los aspectos que continúan ausentes son:
- Conocimiento sobre estrategias de liderazgo
 - Conocimientos de aplicación de técnicas de investigación
 - Coordinación y desarrollo de estrategias de trabajo (medios, metodología, procedimientos, objetivos, público meta, alcances)
 - Conocimientos de lenguajes de programación
 - Conocimiento de plataformas de sistemas
 - Conocimiento de caligrafía y tipografía
 - Conocimiento de mercadeo y estrategias publicitarias
 - Conocimiento de medios
 - Conocimiento de artes finales y pre-prensa
 - Conocimientos de gráfica editorial (diagramación de periódicos, revistas y libros)
 - Conocimiento de edición de audio y video
 - Conocimiento de desarrollo web
 - Conocimiento de teorías de la información y usabilidad aplicables en web
 - Conocimiento de estrategia y maquetación de proyectos digitales
 - Conocimiento de lenguajes de programación
- Aspectos con presencia parcial
- El aspecto que se presenta parcial durante el segundo año corresponde a: Elaboración de planes temporales para la estimación de costos personales en un proyecto (cotización), es decir, cálculo o estimación de costos para un proyecto determinado. Este enunciado brinda las herramientas necesarias para que el diseñador aprenda como cotizar alguno o la totalidad de los medios que utilizará y la forma en que debe presentar esto ante un cliente.

TERCER AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)
- Durante este año varios aspectos como: visualización de proyectos, coordinación





del desarrollo de trabajo con otros profesionales de distintos ámbitos, conocimiento de fotografía, conocimientos de ilustración, conocimiento de dibujo técnico, conocimiento de materiales se mantienen positivos como en años anteriores. Se agregan en este año: coordinación y desarrollo de estrategias de trabajo (medios, metodología, procedimientos, objetivos, público meta, alcances), conocimiento de plataformas de sistemas.

- Aspectos ausentes (negativos)

Varios aspectos continúan ausentes como en años anteriores, únicamente encontramos que desaparecen de esta lista: la aplicación de técnicas de investigación, desarrollo de estrategias de trabajo con otros profesionales; continuando ausente:

- Conocimientos de plataformas de sistemas.
- Conocimiento sobre estrategias de liderazgo
- Elaboraciones de planes temporales, para la estimación de costos personales en un proyecto (cotización)
- Conocimientos de lenguajes de programación
- Conocimiento de mercadeo y estrategias publicitarias
- Conocimiento de artes finales y pre-prensa
- Conocimientos de gráfica editorial (diagramación de periódicos, revistas y libros)
- Conocimiento de edición de audio y video
- Conocimiento de desarrollo web
- Conocimiento de teorías de la información y usabilidad aplicables en web
- Conocimiento de estrategia y maquetación de proyectos digitales
- Conocimiento de lenguajes de programación

- Aspectos con presencia parcial

Dos son los aspectos que tienen presencia parcial en este año: conocimientos de aplicación de técnicas de investigación y se incursiona en el conocimiento de medios.

CUARTO AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)

Continúan presentes: visualización de proyectos, coordinación y desarrollo de





estrategias de trabajo (medios, metodología, procedimientos, objetivos, público meta, alcances), conocimiento de fotografía, conocimiento de plataformas de sistemas, conocimientos de ilustración, conocimiento de caligrafía, tipografía y conocimiento de dibujo técnico

Se incluyen como aspectos positivos conocimiento de mercadeo y estrategias publicitarias, conocimiento de medios, conocimiento de gráfica editorial (diagramación de periódicos, revistas y libros), conocimiento de estrategia y maquetación de proyectos digitales.

- Aspectos ausentes (negativos)

En su mayoría perduran ausentes: conocimiento sobre estrategias de liderazgo, conocimientos de lenguajes de programación, conocimiento de artes finales y pre-prensa, conocimiento de edición de audio y video, conocimiento de desarrollo web, conocimiento de teorías de la información y usabilidad aplicables en web. No se retoman la coordinación del desarrollo de trabajo con otros profesionales de distintos ámbitos, elaboraciones de planes temporales para la estimación de costos personales en un proyecto (cotización).

- Aspectos con presencia parcial

No hay aspectos con presencia parcial en este año.

QUINTO AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)

Se mantienen algunos de los aspectos que se han desarrollado en años anteriores, tales como conocimiento de aplicación de técnicas, visualización de proyectos, coordinación y desarrollo de estrategias, conocimiento de fotografía, conocimiento de lenguajes de programación, conocimiento de ilustración, conocimiento de caligrafía y tipografía, conocimiento de dibujo técnico, conocimiento de mercadeo y estrategias publicitarias, conocimiento de medios, conocimiento de gráfica editorial (diagramación de periódicos, revistas y libros)

También se desarrollan otros como lo son, lenguajes de programación, desarrollo web y conocimiento de teorías de usabilidad.

- Aspectos ausentes (negativos)

Siguen deficientes enunciados como estrategias de liderazgo, desarrollo de trabajo





con otros profesionales, conocimiento de artes finales y pre prensa, conocimiento de edición de audio y video, conocimiento de lenguajes de programación ausentes en toda la carrera, edición de audio y video.

- Aspectos con presencia parcial
Como único aspecto presente se encuentra el conocimiento de plataforma de sistemas.

Manejo de equipos multi-disciplinarios

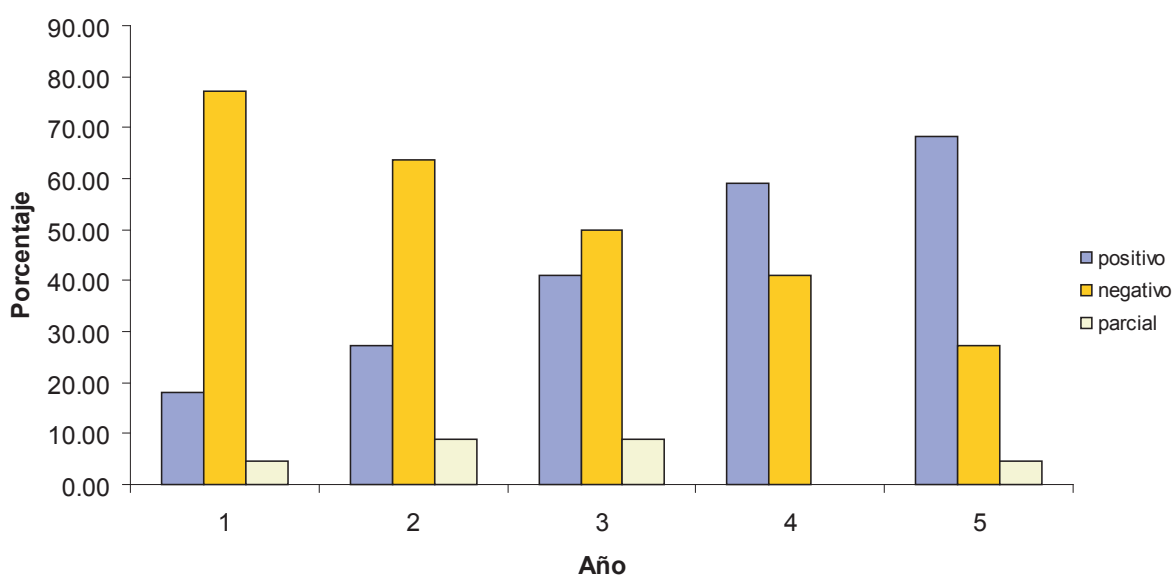


Fig. 9. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre MANEJO DE EQUIPOS MULTIDISCIPLINARIOS y la presencia de estos en el plan de estudios 1999 al 2004.

PROGRAMACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Programación de producción				
Aspectos negativos				
Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
Conocimiento de elaboración de presupuestos	Conocimiento de elaboración de presupuestos	Conocimiento de elaboración de presupuestos	Conocimiento de elaboración de presupuestos	Conocimiento de elaboración de presupuestos
Solicitud de cotizaciones	Solicitud de cotizaciones	Solicitud de cotizaciones	Solicitud de cotizaciones	Solicitud de cotizaciones
Supervisión de producción	Supervisión de producción	Supervisión de producción	Supervisión de producción	Supervisión de producción
Proyección de alcances		Proyección de alcances	Proyección de alcances	Proyección de alcances





Programación de producción Aspectos parciales				
Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
	Proyección de alcances			

PRIMERO A QUINTO AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)
No hay aspectos positivos durante los 5 años.
- Aspectos ausentes (negativos)
Como aspectos negativos encontramos: conocimiento de la elaboración de presupuestos, solicitud de cotizaciones, supervisión de producción y proyección de alcances a excepción de segundo año donde se presentó de manera parcial.
- Aspectos con presencia parcial
El único aspecto parcial que se puede contabilizar es: proyección de alcances durante el segundo año de carrera.

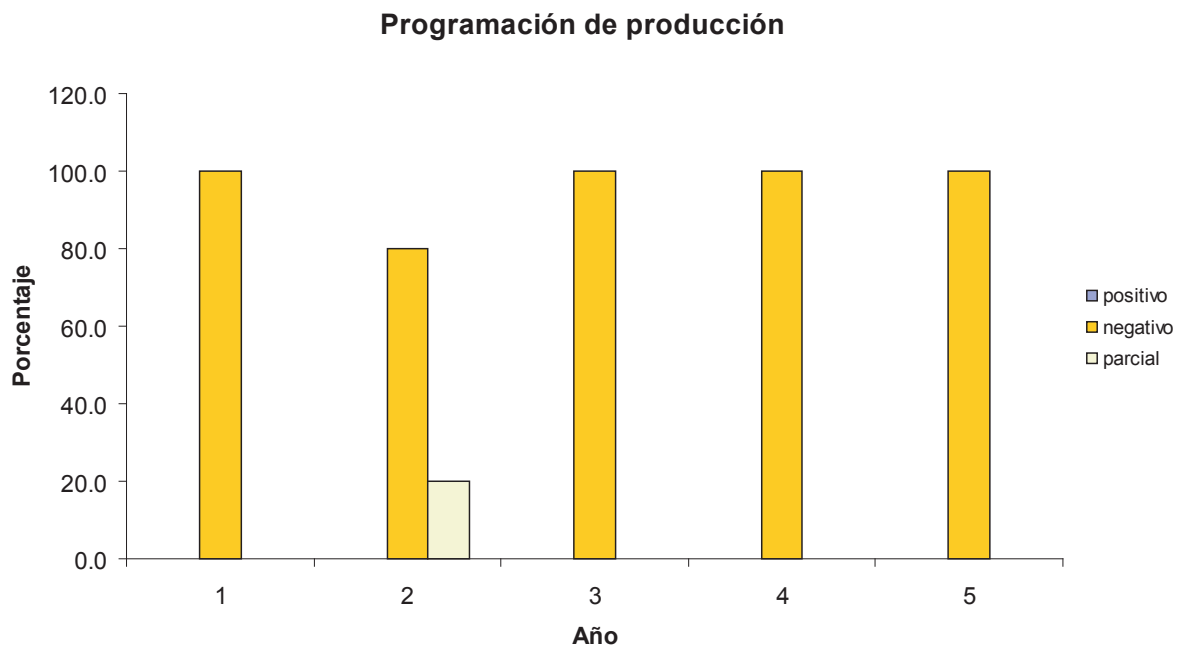


Fig. 10. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre PROGRAMACIÓN DE PRODUCCIÓN y la presencia de estos en el plan de estudios 1999 al 2004.





MEDIOS

Medios Aspectos positivos				
Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
			Preparación y edición de imagen de prensa	Preparación y edición de imagen de prensa
		Conocimiento de formatos de impresión.	Conocimiento de formatos de impresión.	Conocimiento de formatos de impresión.
Conocimiento sobre calidades de papel, e impresiones sobre otros materiales	Conocimiento sobre calidades de papel, e impresiones sobre otros materiales	Conocimiento sobre calidades de papel, e impresiones sobre otros materiales	Conocimiento sobre calidades de papel, e impresiones sobre otros materiales	Conocimiento sobre calidades de papel, e impresiones sobre otros materiales

Medios Aspectos negativos				
Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
Edición de imágenes		Edición de imágenes	Edición de imágenes	Edición de imágenes
Preparación de guiones	Preparación de guiones	Preparación de guiones	Preparación de guiones	Preparación de guiones
Preparación de storyboards	Preparación de storyboards	Preparación de storyboards	Preparación de storyboards	Preparación de storyboards
Edición de video	Edición de video	Edición de video	Edición de video	Edición de video
Posibilidades tecnológicas (conocimiento sobre el alcance técnico que alcanzan distintos medios o herramientas)	Posibilidades tecnológicas (conocimiento sobre el alcance técnico que alcanzan distintos medios o herramientas)	Posibilidades tecnológicas (conocimiento sobre el alcance técnico que alcanzan distintos medios o herramientas)	Posibilidades tecnológicas (conocimiento sobre el alcance técnico que alcanzan distintos medios o herramientas)	Posibilidades tecnológicas (conocimiento sobre el alcance técnico que alcanzan distintos medios o herramientas)
Preparación de textos o guiones, para cuñas radiales.	Preparación de textos o guiones, para cuñas radiales.	Preparación de textos o guiones, para cuñas radiales.	Preparación de textos o guiones, para cuñas radiales.	Preparación de textos o guiones, para cuñas radiales.
Edición de sonido y video.	Edición de sonido y video.	Edición de sonido y video.	Edición de sonido y video.	Edición de sonido y video.
Conocimiento de registro de audio y video.	Conocimiento de registro de audio y video.	Conocimiento de registro de audio y video.	Conocimiento de registro de audio y video.	Conocimiento de registro de audio y video.
Separación del color	Separación del color	Separación del color	Separación del color	Separación del color
Preparación y edición de imagen de prensa	Preparación y edición de imagen de prensa	Preparación y edición de imagen de prensa		
Conocimiento de formatos de impresión.				
Conocimiento de ganancia o pérdida de punto	Conocimiento de ganancia o pérdida de punto	Conocimiento de ganancia o pérdida de punto		
Preparación y edición de imagen de vallas	Preparación y edición de imagen de vallas	Preparación y edición de imagen de vallas	Preparación y edición de imagen de vallas	Preparación y edición de imagen de vallas
Conocimiento de materiales	Conocimiento de materiales	Conocimiento de materiales	Conocimiento de materiales	Conocimiento de materiales





Conocimiento sobre amperaje y seguros o requerimientos para la colocación de este tipo de publicidad	Conocimiento sobre amperaje y seguros o requerimientos para la colocación de este tipo de publicidad	Conocimiento sobre amperaje y seguros o requerimientos para la colocación de este tipo de publicidad	Conocimiento sobre amperaje y seguros o requerimientos para la colocación de este tipo de publicidad	Conocimiento sobre amperaje y seguros o requerimientos para la colocación de este tipo de publicidad
--	--	--	--	--

Medios Aspectos parciales				
Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
	Edición de imágenes			
			Conocimiento de ganancia o pérdida de punto	Conocimiento de ganancia o pérdida de punto
	Conocimiento de formatos de impresión.			

PRIMER AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivo)

Encontramos únicamente como aspecto positivo el conocimiento sobre calidad de papel e impresiones sobre otros materiales.

- Aspectos ausentes (negativos)

Entre los aspectos negativos encontramos edición de guiones, preparación de storyboards para proyectos de video, edición de video, posibilidades tecnológicas que enfatiza el conocimiento sobre las posibilidades técnicas que alcanzan diversas herramientas, preparación de textos y guiones para cuñas de radio, edición de sonido, separación de color, preparación de imágenes para pre prensa, conocimiento de formatos de impresión, conocimiento de ganancia o pérdida de punto, preparación de archivos para impresiones en grandes formatos, conocimiento de materiales relacionados con la impresión, tampoco existe un conocimiento de los requerimientos que deben tomarse en cuenta para cotizar y confeccionar un rótulo luminoso o otras publicidades en grandes formatos.

- Aspectos con presencia parcial

No hay aspectos con presencia parciales

SEGUNDO AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivo)

Acá al igual que en primer año, el único aspecto positivo sigue siendo: conocimiento





sobre calidad de papel e impresiones sobre otros materiales.

- Aspectos ausentes (negativos)

Al igual que en primer año persisten grandes deficiencias, estando ausentes todos los aspectos descritos en primer año, únicamente deben ser eximidos de la lista la edición de imágenes y el conocimiento de formatos de impresión que dejan de clasificarse acá para colocarse en la lista de parciales.

- Aspectos con presencia parcial

La edición de imágenes y el conocimiento de formatos de impresión pasan en este año a ser aspectos parciales.

TERCER AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivo)

A diferencia de años anteriores el conocimiento de formatos de impresión es valorado acá como un aspecto positivo, y de igual manera que los dos años posteriores encontramos que sigue presente el conocimiento sobre calidades de papel y otros materiales para la impresión.

- Aspectos ausentes (negativos)

Seguimos observando gran cantidad de aspectos negativos, prácticamente todos los descritos durante primer año, solo que al igual que segundo año el conocimiento de los formatos de impresión abandona la lista para ser clasificado como un aspecto positivo durante este año.

- Aspectos con presencia parcial

No hay aspectos con presencia parcial.

CUARTO AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivo)

Entre los aspectos positivos encontramos un aspecto nuevo que se suma a la lista como lo es: la preparación de imágenes para pre prensa, persisten los otros que han estado presentes durante años anteriores, como lo son conocimiento de formatos de impresión y calidades de papel.





- Aspectos ausentes (negativos)
Como aspectos negativos encontramos prácticamente los mismos que se han venido describiendo a lo largo de la carrera, únicamente que son clasificados en otras categorías: preparación y edición de imágenes para pre prensa y la ganancia de punto, es alarmante observar que de este apartado la gran mayoría de sus aspectos se han valorado como negativos.
- Aspectos con presencia parcial
Encontramos como aspecto parcial: el conocimiento de ganancia o pérdida de punto.

QUINTO AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivo)
Acá al igual que en el resto de los años perdura el conocimiento de formatos de impresión, y calidades de papel; pero aquí estuvo presente por tanto se valora positivamente a diferencia de años anteriores la preparación y edición de imágenes para prensa.
- Aspectos ausentes (negativos)
Igualmente como en años anteriores, encontramos gran cantidad de aspectos negativos en este apartado: preparación de imágenes para prensa, conocimiento de ganancia o pérdida de punto y conocimiento de formatos de impresión se clasifican de esta manera.
- Aspectos con presencia parcial
Como aspecto parcial perdura el conocimiento de ganancia y pérdida de punto.



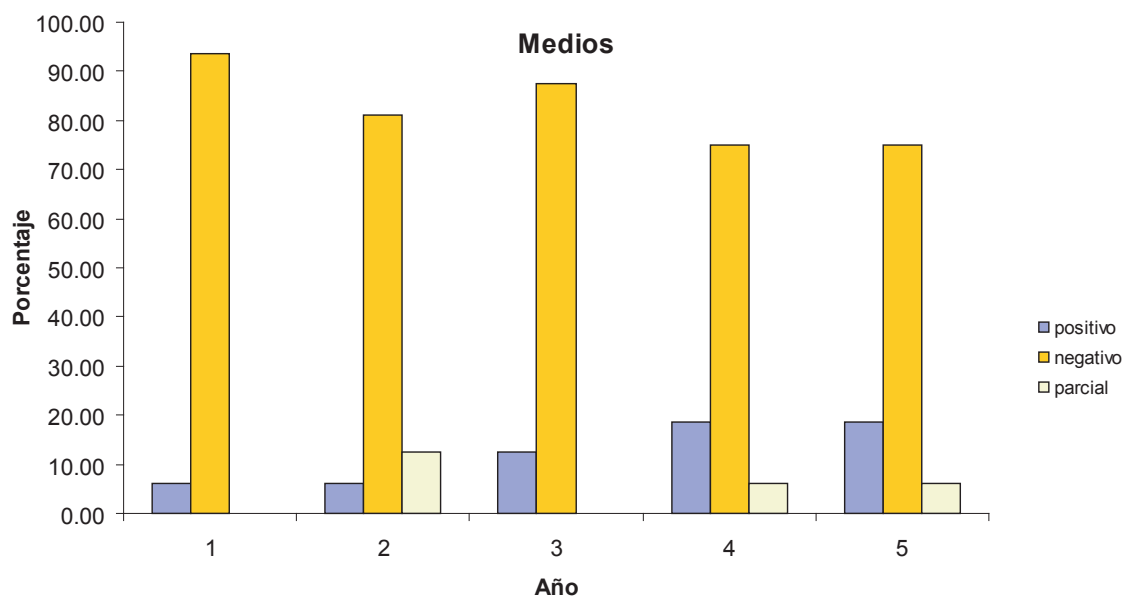


Fig. 11. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre MEDIOS y la presencia de estos en el plan de estudios 1999 al 2004.

TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

Técnicas de evaluación				
Aspectos negativos				
Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
Elaboración de estrategias de monitoreo	Elaboración de estrategias de monitoreo	Elaboración de estrategias de monitoreo	Elaboración de estrategias de monitoreo	Elaboración de estrategias de monitoreo
Elaboración de encuestas para evaluar el producto final o las necesidades para la creación del mismo.	Elaboración de encuestas para evaluar el producto final o las necesidades para la creación del mismo.	Elaboración de encuestas para evaluar el producto final o las necesidades para la creación del mismo.	Elaboración de encuestas para evaluar el producto final o las necesidades para la creación del mismo.	Elaboración de encuestas para evaluar el producto final o las necesidades para la creación del mismo.
Elaboración de cuestionarios para conocer las exigencias del público meta.	Elaboración de cuestionarios para conocer las exigencias del público meta.	Elaboración de cuestionarios para conocer las exigencias del público meta.	Elaboración de cuestionarios para conocer las exigencias del público meta.	Elaboración de cuestionarios para conocer las exigencias del público meta.
Conocimiento de telemarketing	Conocimiento de telemarketing	Conocimiento de telemarketing	Conocimiento de telemarketing	Conocimiento de telemarketing
Elaboración de reportes informativos	Elaboración de reportes informativos	Elaboración de reportes informativos	Elaboración de reportes informativos	Elaboración de reportes informativos
Elaboración de gráficas informativas sobre los resultados de un producto.	Elaboración de gráficas informativas sobre los resultados de un producto.	Elaboración de gráficas informativas sobre los resultados de un producto.	Elaboración de gráficas informativas sobre los resultados de un producto.	Elaboración de gráficas informativas sobre los resultados de un producto.





PRIMER A QUINTO AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivo)
No hay aspectos positivos durante los 5 años.
- Aspectos ausentes (negativos)
Durante los cinco años de carrera los aspectos ausentes son: elaboración de estrategias de monitoreo, elaboración de encuestas para la evaluación de productos finales, elaboración de cuestionarios para conocer el público meta, conocimiento de telemarketing, reportes informativos y gráficas informativas que registren resultados de productos.
- Aspectos con presencia parcial
No hay aspectos con presencia parciales.



Fig. 12. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre TÉCNICAS DE EVALUACIÓN y la presencia de estos en el plan de estudios 1999 al 2004.

TECNOLOGÍA

Tecnología Aspectos positivos				
Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año





		Ilustrador	Ilustrador	Ilustrador
		Photoshop	Photoshop	Photoshop
				Dreamweaver
				Flash
			Quarkxpress	Quarkxpress
		Conocimiento de terminologías de extensiones de archivos (.doc,.tiff,.aiff,.ai,.pdf,.psd,.mov)	Conocimiento de terminologías de extensiones de archivos (.doc,.tiff,.aiff,.ai,.pdf,.psd,.mov)	Conocimiento de terminologías de extensiones de archivos (.doc,.tiff,.aiff,.ai,.pdf,.psd,.mo)
			Conocimiento de tecnologías, medios de impresión, programas de edición de audio y video.	Conocimiento de tecnologías, medios de impresión, programas de edición de audio y video.
Conocimiento de aplicación de materiales	Conocimiento de aplicación de materiales	Conocimiento de aplicación de materiales	Conocimiento de aplicación de materiales	Conocimiento de aplicación de materiales

Tecnología Aspectos negativos				
Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
Ilustrador	Ilustrador			
Photoshop	Photoshop			
Corel Draw	Corel Draw	Corel Draw	Corel Draw	Corel Draw
Freehand	Freehand	Freehand	Freehand	Freehand
Fireworks	Fireworks	Fireworks	Fireworks	Fireworks
After Effects	After Effects	After Effects	After Effects	After Effects
Dreamweaver	Dreamweaver	Dreamweaver	Dreamweaver	
Flash	Flash	Flash	Flash	
Cold Fusion	Cold Fusion	Cold Fusion	Cold Fusion	Cold Fusion
Indesing	Indesing	Indesing	Indesing	Indesing
Quarkxpress	Quarkxpress	Quarkxpress		
Conocimiento de terminologías de extensiones de archivos (.doc,.tiff,.aiff,.ai,.pdf,.psd,.mov)	Conocimiento de terminologías de extensiones de archivos (.doc,.tiff,.aiff,.ai,.pdf,.psd,.mov)			
Conocimientos de tecnologías, medios de impresión, programas de edición de audio y video.	Conocimientos de tecnologías, medios de impresión, programas de edición de audio y video.			

Tecnología Aspectos parciales				
Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año





		Conocimiento de tecnologías, medios de impresión, programas de edición de audio y video.		
--	--	--	--	--

PRIMER Y SEGUNDO AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivo)

En estos dos años podemos visualizar únicamente como aspectos positivos: el conocimiento de aplicación de materiales.

- Aspectos ausentes (negativos)

Entre los ausentes podemos mencionar: poco manejo de programas o software como ilustrador, photoshop, corel draw, freehand, fireworks, after effects, dreamweaver, flash, cold fusión, indesign, quarkxpress, conocimiento de terminologías de extensiones de archivos, o conocimientos de tecnologías, medios de impresión y programas de edición de audio y video, lenguajes de programación como cold fusion y action script entre otros.

- Aspectos con presencia parcial

No hay aspectos con presencia parciales.

TERCER AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivo)

Entre los aspectos presentes (positivos) notamos los siguientes: ilustrador, photoshop, quarkxpress, conocimiento de terminologías, extensiones para archivos y aplicación de materiales. Estos programas son fundamentales para la ilustración y elaboración de cualquier tipo de publicidad, edición de imágenes y la diagramación o montaje de textos para libros y periódicos o revistas.

- Aspectos ausentes (negativos)

Como aspectos negativos encontramos programas como: corel draw, freehand, fireworks ya prácticamente en desuso, after effects, dreamweaver, flash, son útiles en la edición de video y diseño web respectivamente, cold fusion en desuso al menos en el país e indesign, programa utilizado en los principales periódicos nacionales. Cabe destacar que en software como flash y dreamweaver son donde reside el futuro de la profesión, además de que quien posea una especialización





en ambos puede cotizarse a nivel profesional y económico de mejor manera en el medio laboral actualmente en Costa Rica y varios otros países.

- Aspectos con presencia parcial

Como aspectos parciales encontramos: el conocimiento de tecnologías, medios de impresión y programas de edición de audio y video.

CUARTO Y QUINTO AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivo)

Igual que en tercer año se sigue siendo evaluado positivamente herramientas como ilustrador, photoshop, quarkxpress (actualmente en desuso, suplantado por indesign de la familia de Adobe), conocimiento de terminologías y extensiones de archivos, se agrega a diferencia de otros años, el conocimiento de tecnologías, medios de impresión y programas de edición de audio y video, así como el enunciado que ha estado presente a lo largo de toda la carrera conocimiento de aplicación de materiales. A partir de quinto año se le da importancia al conocimiento de programas para el desarrollo de sitios web como lo son dreamweaver y flash.

- Aspectos ausentes (negativos)

Entre los negativos tenemos la ausencia de otras herramientas de diseño como el corel draw, freehand, fireworks, after effects, cold fusion (en actual desuso) e indesign (software utilizado en la actualidad por periódicos y revistas nacionales para diagramación de textos).

- Aspectos con presencia parcial

No hay aspectos con presencia parcial.



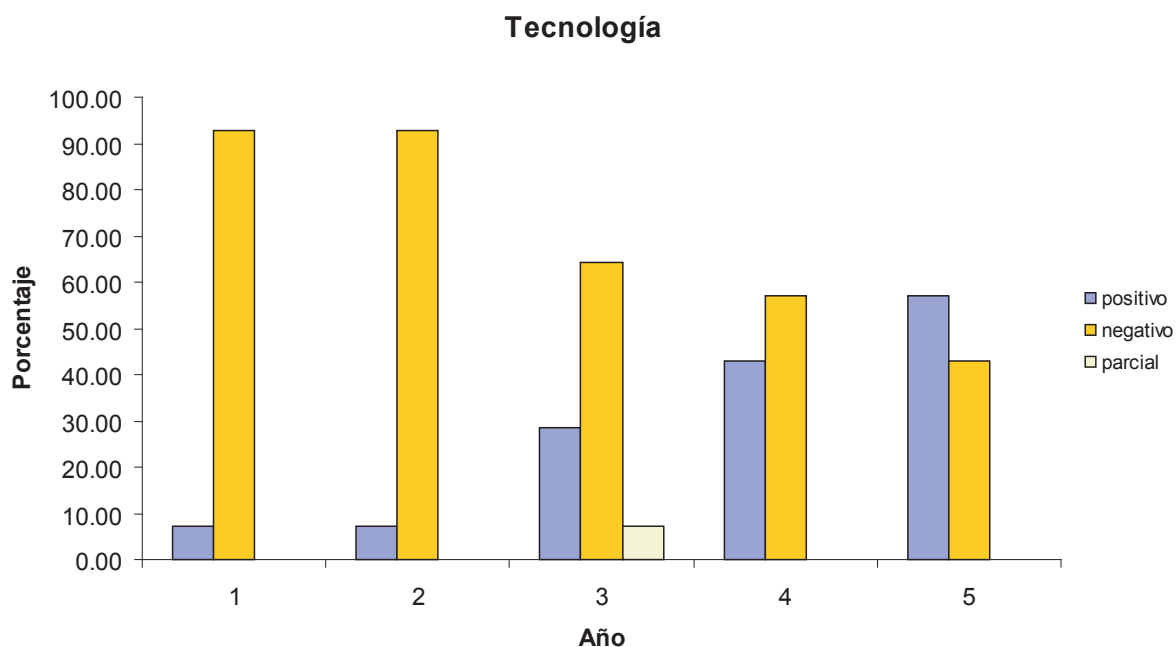


Fig. 13. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre TECNOLOGÍA y la presencia de estos en el plan de estudios 1999 al 2004.

DESARROLLO DE ESTRATEGIA

Desarrollo de estrategia Aspectos positivos				
Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
		Determinación de los objetivos para un proyecto o producto.	Determinación de los objetivos para un proyecto o producto.	Determinación de los objetivos para un proyecto o producto.
			Estudio de alcance, contextos y mensajes	Estudio de alcance, contextos y mensajes

Desarrollo de estrategia Aspectos negativos				
Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
Determinación de los objetivos para un proyecto o producto.	Determinación de los objetivos para un proyecto o producto.			
Determinación de canal adecuado para emitir la información sobre un producto o proyecto en particular.	Determinación de canal adecuado para emitir la información sobre un producto o proyecto en particular.	Determinación de canal adecuado para emitir la información sobre un producto o proyecto en particular.	Determinación de canal adecuado para emitir la información sobre un producto o proyecto en particular.	Determinación de canal adecuado para emitir la información sobre un producto o proyecto en particular.





Determinación de canal (TV, revista, diario, lámina mural, juego...)	Determinación de canal (TV, revista, diario, lámina mural, juego...)	Determinación de canal (TV, revista, diario, lámina mural, juego...)	Determinación de canal (TV, revista, diario, lámina mural, juego...)	Determinación de canal (TV, revista, diario, lámina mural, juego...)
Estudio de alcance, contextos y mensajes	Estudio de alcance, contextos y mensajes	Estudio de alcance, contextos y mensajes		
Análisis de requerimientos para un proyecto en particular.	Análisis de requerimientos para un proyecto en particular.	Análisis de requerimientos para un proyecto en particular.	Análisis de requerimientos para un proyecto en particular.	Análisis de requerimientos para un proyecto en particular.

PRIMER AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)

No hay aspectos positivos en este año.

- Aspectos ausentes (negativos)

En primer año podemos encontrar que hay cinco aspectos que se encuentran ausentes los cuales tiene que ver con: determinación de los objetivos para un proyecto o producto, determinación de canal adecuado para emitir la información sobre un producto o proyecto en particular, determinación de canal (TV, revista, diario, lámina mural, juegos de video, etc), estudio de alcance, contextos y mensajes y análisis de requerimientos para un proyecto en particular.

- Aspectos con presencia parcial

No hay aspectos con presencia parcial.

SEGUNDO AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)

Al igual que en primer año tampoco hay presencia de aspectos positivos.

- Aspectos ausentes (negativos)

En el segundo año también están ausentes los cinco aspectos que en el primer año: determinación de los objetivos para un proyecto o producto, determinación de canal adecuado para emitir la información sobre un producto o proyecto en particular, determinación de canal (TV, revista, diario, lámina mural), estudio de alcance, contextos y mensajes y análisis de requerimientos para un proyecto en particular.





- Aspectos con presencia parcial
No hay aspectos con presencia parcial.

TERCER AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)
En este año es donde se comienza a ver presencia de un aspecto positivo, en donde encontramos la determinación de los objetivos para un proyecto o producto y estudio de alcance, contextos y mensajes.
- Aspectos ausentes (negativos)
Aunque en este año se dio un paso hacia un nuevo aspecto dentro del plan de estudios, todavía podemos observar que siguen encontrando aspectos negativos como lo son: determinación de canal adecuado para emitir la información sobre un producto o proyecto en particular, determinación de canal (TV, revista, diario, lámina mural, etc), estudio de alcance, contextos, mensajes (se ofrece hasta tercer año) y análisis de requerimientos para un proyecto en particular.
- Aspectos con presencia parcial
No hay aspectos con presencia parcial.

CUARTO AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)
En este año encontramos que aparte de la determinación de los objetivos para un proyecto o producto, se incluye el estudio de alcance, contextos y mensajes.
- Aspectos ausentes (negativos)
En cuarto año se observar hay menos aspectos negativos que en primero y segundo año ahora solo queda sin incluir dentro del plan de estudios: determinación de canal adecuado para emitir la información sobre un producto o proyecto en particular, determinación de canal (TV, revista, diario, lámina mural, etc) y análisis de requerimientos para un proyecto en particular.
- Aspectos con presencia parcial
No hay aspectos con presencia parcial.





QUINTO AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)

Al llegar a quinto año se ve que hubo un avance desde tercer año con la incorporación de la determinación de los objetivos para un proyecto o producto, donde estuvo presente hasta quinto año, y también con el estudio de alcance, contextos y mensajes que estuvo presente desde cuarto año.

- Aspectos ausentes (negativos)

En este año a igual que en quinto año, se encuentran los mismos aspectos negativos.

- Aspectos con presencia parcial

No hay aspectos con presencia parcial.

En el enunciado de desarrollo de estrategia se puede observar que hubo muy poco avance; en lo que respecta a la introducción de aspectos al plan de estudios, ya que de seis aspectos solo dos esta dentro del plan de estudios, y solo en los últimos años de carrera se ven incluidos.

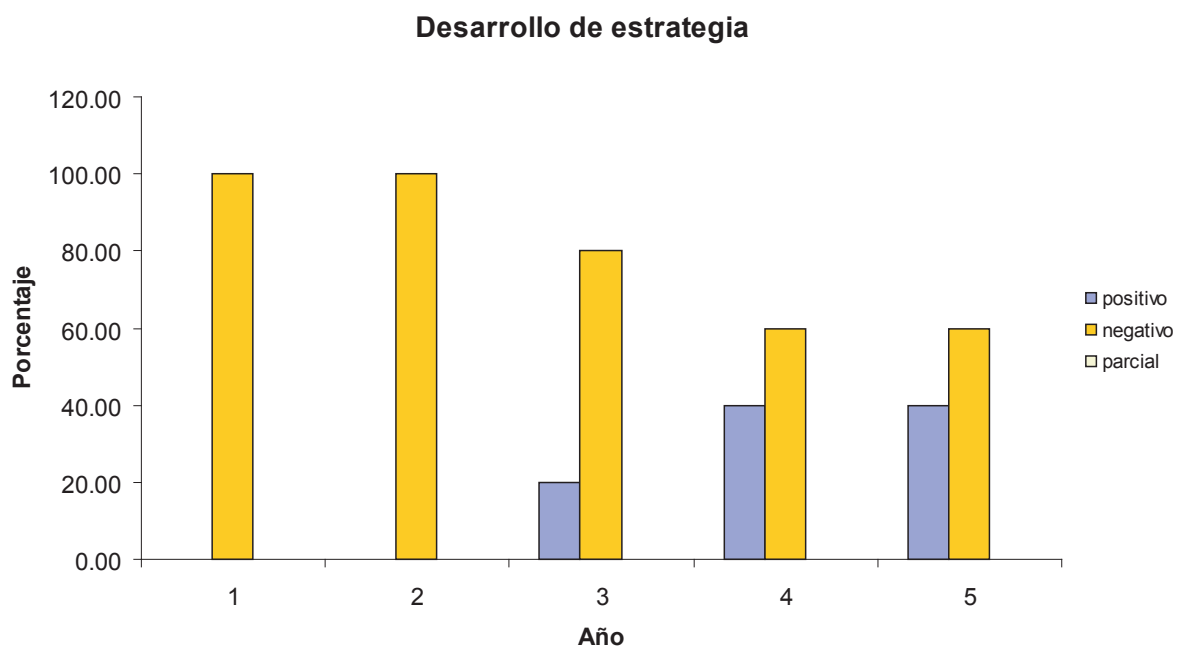


Fig. 14. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre DESARROLLO DE ESTRATEGIA y la presencia de estos en el plan de estudios 1999 al 2004.





VISUALIZACIÓN

Visualización Aspectos positivos				
Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
		Conocimiento para seleccionar los objetivos claros y marcos de referencia para el desarrollo de un proyecto o producto.	Conocimiento para seleccionar los objetivos claros y marcos de referencia para el desarrollo de un proyecto o producto.	Conocimiento para seleccionar los objetivos claros y marcos de referencia para el desarrollo de un proyecto o producto.
	Manejo del lenguaje visual para interpretar la información.	Manejo del lenguaje visual para interpretar la información.	Manejo del lenguaje visual para interpretar la información.	Manejo del lenguaje visual para interpretar la información.

Visualización Aspectos negativos				
Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
Conocimiento para seleccionar los objetivos claros y marcos de referencia para el desarrollo de un proyecto o producto.	Conocimiento para seleccionar los objetivos claros y marcos de referencia para el desarrollo de un proyecto o producto.			
Manejo del lenguaje visual para interpretar la información.				

PRIMER AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)
En primer año no hay ningún aspecto presente.
- Aspectos ausentes (negativos)
En primer año encontramos los dos aspectos de este enunciado como ausentes: conocimiento para seleccionar los objetivos claros y marcos de referencia para el desarrollo de un proyecto o producto y manejo del lenguaje visual para interpretar la información.
- Aspectos con presencia parcial
No hay aspectos con presencia parcial.

SEGUNDO AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)
En este año se da la presencia de uno de los dos aspectos de este enunciado: el de manejo del lenguaje visual para interpretar la información.





- Aspectos ausentes (negativos)

Al igual que en el primer año, se encuentra como un aspecto negativo: conocimiento para seleccionar los objetivos claros y marcos de referencia para el desarrollo de un proyecto o producto.

- Aspectos con presencia parcial

No hay aspectos con presencia parcial.

TERCER AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)

Hasta este año los dos aspectos del enunciado aparecen como positivos:

- Conocimiento para seleccionar los objetivos claros y marcos de referencia para el desarrollo de un proyecto o producto.
- Manejo del lenguaje visual para interpretar la información.

- Aspectos ausentes (negativos)

No hay aspectos negativos.

- Aspectos con presencia parcial

No hay aspectos con presencia parcial.

CUARTO AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)

Al igual que en tercer año los aspectos de conocimiento para seleccionar los objetivos claros, marcos de referencia para el desarrollo de un proyecto o producto y manejo del lenguaje visual para interpretar la información están presentes en el plan de estudios.

- Aspectos ausentes (negativos)

No hay aspectos negativos.

- Aspectos con presencia parcial

No hay aspectos con presencia parcial.





QUINTO AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)

Al igual que en tercer y cuarto año los aspectos: conocimiento para seleccionar los objetivos claros, marcos de referencia para el desarrollo de un proyecto o producto, manejo del lenguaje visual para interpretar la información, están presentes en el plan de estudios.

- Aspectos ausentes (negativos)

No hay aspectos negativos.

- Aspectos con presencia parcial

No hay aspectos con presencia parcial.

En este enunciado de visualización, se puede observar que a partir del segundo año y los tres últimos años de carrera, iniciaron tomando fuerza dentro del plan de estudios los aspectos que lo conforman.

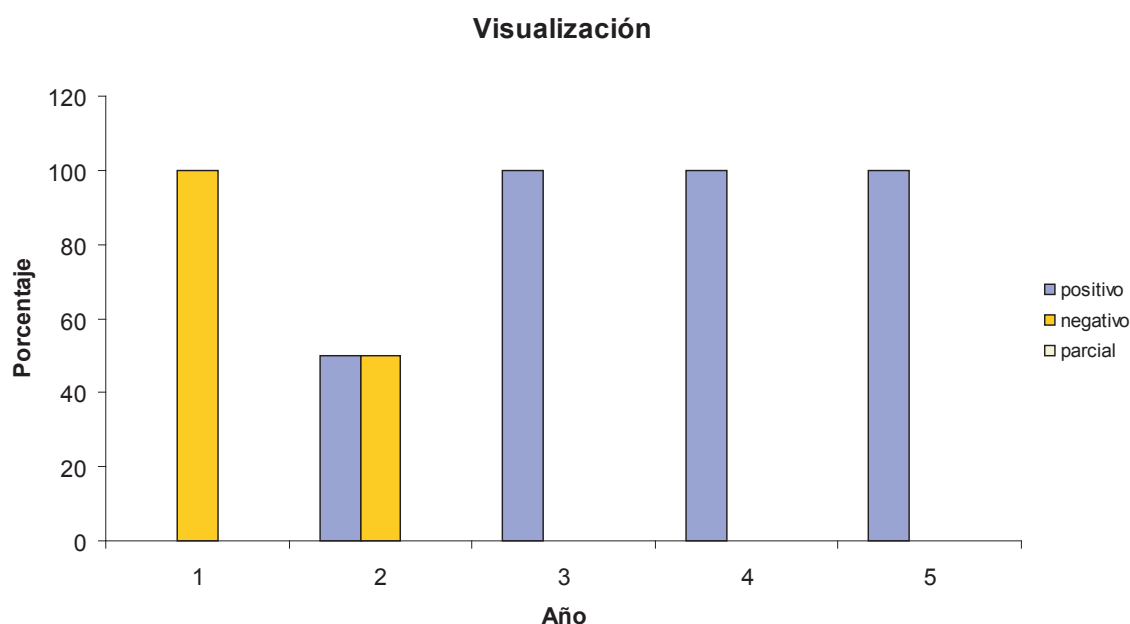


Fig. 15. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre VISUALIZACIÓN y la presencia de estos en el plan de estudios 1999 al 2004.





DESARROLLO DE UN ANTEPROYECTO

Desarrollo de Anteproyecto Aspectos negativos				
Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
		Conocimiento para programar una solución dentro de los límites de presupuesto existentes	Conocimiento para programar una solución dentro de los límites de presupuesto existentes	Conocimiento para programar una solución dentro de los límites de presupuesto existentes

Desarrollo de Anteproyecto Aspectos parcial				
Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
Conocimiento para programar una solución dentro de los límites de presupuesto existentes	Conocimiento para programar una solución dentro de los límites de presupuesto existentes			

PRIMER AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)
No hay aspectos positivos en este año.
- Aspectos ausentes (negativos)
No hay aspectos negativos
- Aspectos con presencia parcial
En primer año encontramos el único aspecto de este enunciado que es: el conocimiento para programar una solución dentro de los límites de presupuesto existentes como parcial.

SEGUNDO AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)
No hay aspectos positivos en este año
- Aspectos ausentes (negativos)
No hay aspectos negativos
- Aspectos con presencia parcial
El aspecto de conocimiento para programar una solución dentro de los límites de presupuesto existentes se encuentra como parcial.





TERCER AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)
No hay aspectos positivos en este año.
- Aspectos ausentes (negativos)
En este año encontramos, que el único aspecto que en primer y segundo estaba como parcial ahora se encuentra negativo.
- Aspectos con presencia parcial
No hay aspectos con presencia parcial.

CUARTO AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)
No hay aspectos positivos en este año.
- Aspectos ausentes (negativos)
El aspecto conocimiento para programar una solución dentro de los límites de presupuesto existentes, al igual que en tercer año está negativo.
- Aspectos con presencia parcial
No hay aspectos con presencia parcial.

QUINTO AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)
No hay aspectos positivos en este año.
- Aspectos ausentes (negativos)
El conocimiento para programar una solución dentro de los límites de presupuesto existentes, al igual que en tercero y cuarto año se encuentra ausente.
- Aspectos con presencia parcial
No hay aspectos con presencia parcial.

Observamos que en el enunciado desarrollo de un anteproyecto, en primero y segundo año, y el aspecto de conocimiento para programar una solución dentro de





los límites de presupuesto existentes, se encuentra como parciales en el plan de estudios, pero a partir del tercer año de carrera carece de presencia.

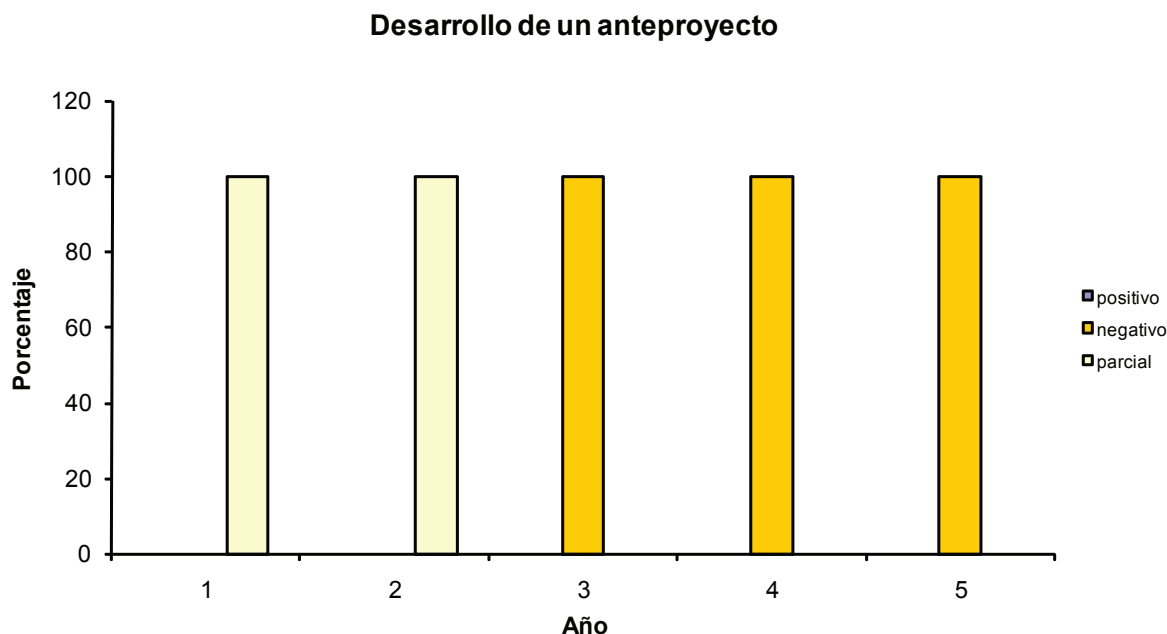


Fig. 16. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre DESARROLLO DE UN ANTEPROYECTO y la presencia de estos en el plan de estudios 1999 al 2004.

PRESENTACIÓN A UN CLIENTE

Presentación a cliente Aspectos positivos				
Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
Conocimiento de la elaboración de una argumentación para la defensa de un proyecto	Conocimiento de la elaboración de una argumentación para la defensa de un proyecto	Conocimiento de la elaboración de una argumentación para la defensa de un proyecto	Conocimiento de la elaboración de una argumentación para la defensa de un proyecto	Conocimiento de la elaboración de una argumentación para la defensa de un proyecto

La presentación a un cliente es un enunciado que con un solo aspecto se encuentra positivo en todos los años de carrera, con lo cual deja ver que es un aspecto sumamente fortalecido en el plan de estudios.



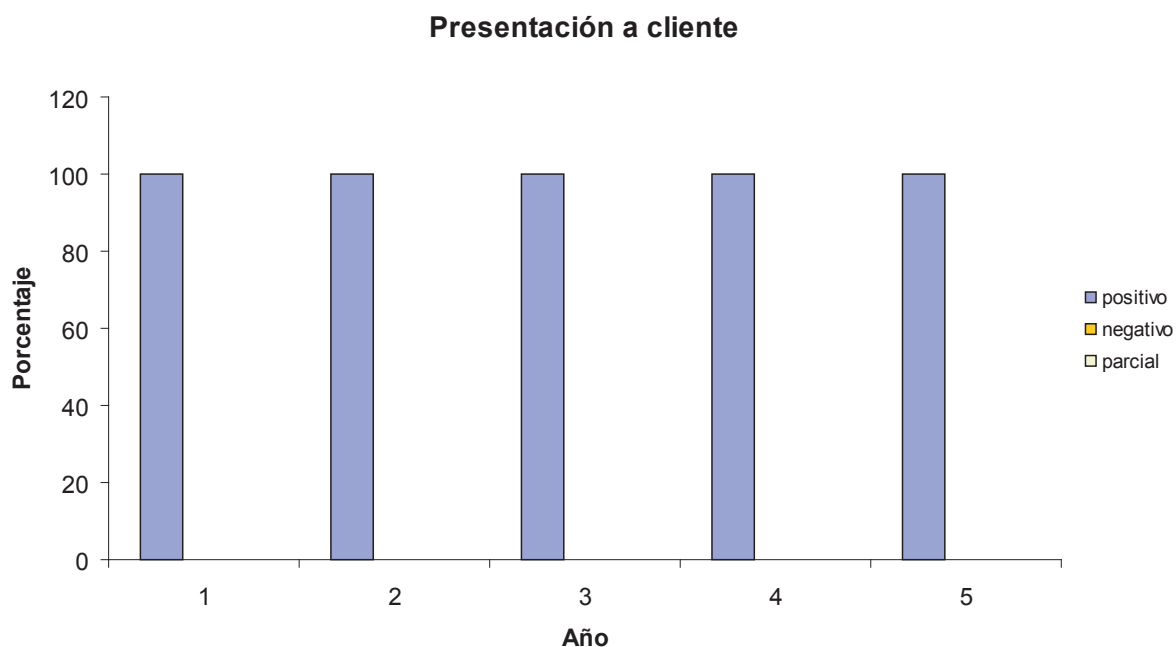


Fig. 17. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre PRESENTACIÓN A UN CLIENTE y la presencia de estos en el plan de estudios 1999 al 2004.

ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Organización de la producción Aspectos negativos				
Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
Conocimiento de la tecnología disponible para preparar el proyecto.	Conocimiento de la tecnología disponible para preparar el proyecto.			

Organización de la producción Aspectos positivos				
Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
		Conocimiento de la tecnología disponible para preparar el proyecto.	Conocimiento de la tecnología disponible para preparar el proyecto.	Conocimiento de la tecnología disponible para preparar el proyecto.

PRIMER AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)
No hay aspectos presentes.





- Aspectos ausentes (negativos)
Se encuentra ausente el aspecto que corresponde: al conocimiento de la tecnología disponible para preparar el proyecto.
- Aspectos con presencia parcial
No hay aspectos con presencia parcial

SEGUNDO AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)
No hay aspectos presentes.
- Aspectos ausentes (negativos)
Como en primer año el aspecto que corresponde: a conocimiento de la tecnología disponible para preparar el proyecto se encuentra ausente.
- Aspectos con presencia parcial
No hay aspectos con presencia parcial

TERCER A QUINTO AÑO DE ESTUDIOS

- Aspectos presentes (positivos)
Durante estos tres años se encuentra presente el aspecto de: conocimiento de la tecnología disponible para preparar el proyecto.
- Aspectos ausentes (negativos)
No hay aspectos negativos.
- Aspectos con presencia parcial
No hay aspectos con presencia parcial.

La organización de la producción es un enunciado que con un único aspecto, (el conocimiento de la tecnología disponible para preparar el proyecto), toma fuerza en los tres últimos años de la carrera.

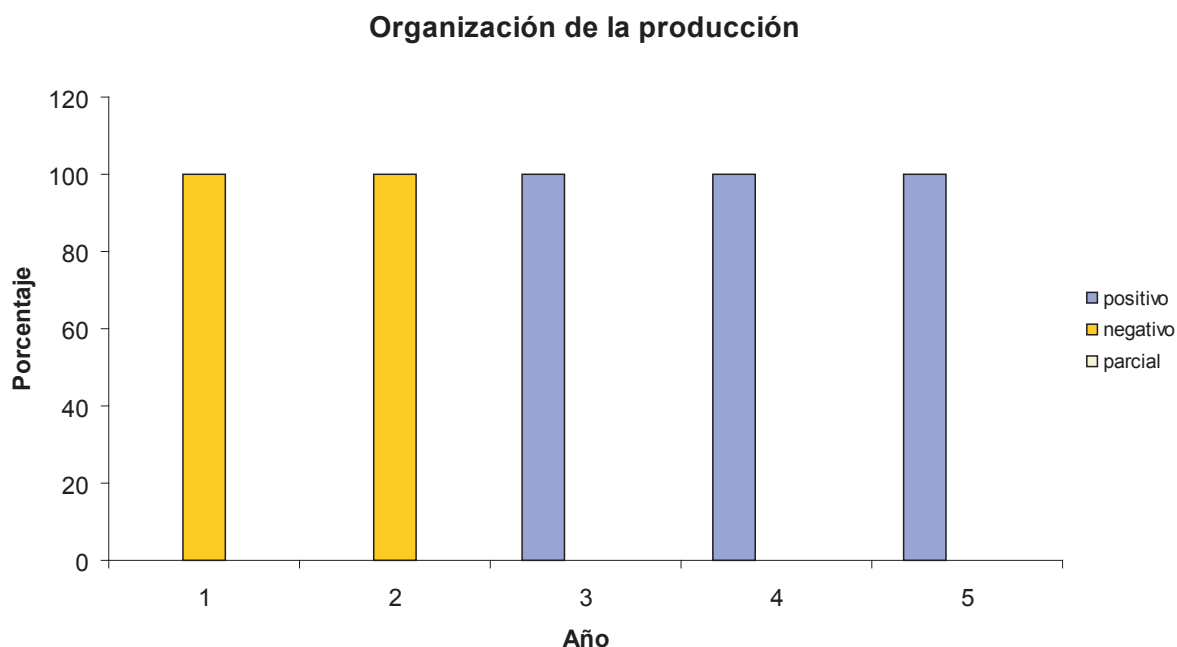


Fig. 18. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN y la presencia de estos en el plan de estudios 1999 al 2004.

Para efectos del análisis de datos de ambas tablas de cotejo se presentan tres categorías:

- **Un aspecto presente:** se valora como **POSITIVO** es una **FORTALEZA**. características y capacidades internas de la organización o persona que le han permitido o le permiten llegar al nivel actual de éxito
- **Un aspecto ausente:** se valora como **NEGATIVO** y es una **DEBIDAD**, que pueden transformarse en **FORTALEZAS** de ser necesario.
- **Un aspecto medianamente impartido:** se valora como **PARCIAL** y responde a aspectos que son **DEBILIDADES** pero pueden transformarse en **FORTALEZAS** de ser necesario.

Así mismo, se aprovecha para clasificar cada subenunciado como OPERATIVO O PROFESIONAL según corresponda.





Descripción de las fortalezas, debilidades y aspectos a mejorar en el plan de estudios de la especialidad de diseño gráfico:

Enunciados	Fortalezas
COMUNICACIÓN	Capacidad para definir un problema
	Maquetación, proyección y realización de una propuesta visual.
	Claridad de representación de una figura.
	Capacidad de síntesis de una imagen o idea
	Conceptualización
	Ordenamiento visual
	Presentación de propuestas visuales
	Justificación de propuestas visuales
	Coherencia entre la justificación conceptual y el producto final
	Conocimiento y aplicación de teorías visuales y percepción visual
MANEJO DE EQUIPOS MULTIDISCIPLINARIOS	Visualización de proyectos
	Coordinación del desarrollo de trabajo con otros profesionales de distintos ámbitos.
	Conocimiento de dibujo técnico
	Conocimiento de materiales
PROGRAMACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	Conocimiento de elaboración de presupuestos
	Solicitud de cotizaciones
	Supervisión de producción
	Proyección de alcances
MEDIOS	Conocimiento sobre calidades de papel, e impresiones sobre otros materiales
TÉCNICAS DE EVALUACIÓN	Elaboración de estrategias de monitoreo
	Elaboración de encuestas para evaluar el producto final o las necesidades para la creación del mismo
	Elaboración de cuestionarios para conocer las exigencias del público meta.
	Conocimiento de telemercadeo
	Elaboración de reportes informativos
	Elaboración de gráficas informativas sobre los resultados de un producto
TECNOLOGÍAS	Conocimiento de aplicación de materiales
PRESENTACIÓN A UN CLIENTE	Conocimiento de la elaboración de una argumentación para la defensa de un proyecto

Enunciados	Debilidades
COMUNICACIÓN	Capacidad para la adecuación de un mensaje a distintos medio publicitarios o de comunicación.
MANEJO DE EQUIPOS MULTIDISCIPLINARIOS	Conocimiento sobre estrategias de liderazgo
	Coordinación del desarrollo de trabajo con otros profesionales de diferentes ámbitos
	Elaboraciones de planes temporales para la estimación de costos personales en un proyecto (cotización)
	Conocimientos de leguajes de programación





MANEJO DE EQUIPOS MULTIDISCIPLINARIOS	Conocimiento de artes finales y pre-prensa
	Conocimientos de gráfica editorial (diagramación de periódicos, revistas y libros)
	Conocimiento de edición de audio y video
	Conocimiento de desarrollo web
	Conocimiento de teorías de la información y usabilidad aplicables en web
	Conocimiento de estrategia y maquetación de proyectos digitales
PROGRAMACION DE LA PRODUCCION	Proyección de alcances
MEDIOS	Edición de imágenes
	Preparación de guiones
	Preparación de storyboards
	Edición de video
	Posibilidades tecnológicas (conocimiento sobre el alcance técnico que alcanzan distintos medios o herramientas)
	Preparación de textos o guiones, para cuñas radiales.
	Edición de sonido y video.
	Conocimiento de registro de audio y video.
	Separación del color
	Preparación y edición de imagen de prensa
	Conocimiento de ganancia o pérdida de punto
	Preparación y edición de imagen de vallas
	Conocimiento de materiales
	Conocimiento sobre amperaje y seguros o requerimientos para la colocación de este tipo de publicidad
TÉCNICAS DE EVALUACIÓN	Elaboración de estrategias de monitoreo
	Elaboración de encuestas para evaluar el producto final o las necesidades para la creación del mismo.
	Elaboración de cuestionarios para conocer las exigencias del público meta.
	Conocimiento de telemarketing
	Elaboración de reportes informativos
	Elaboración de gráficas informativas sobre los resultados de un producto.
TECNOLOGÍAS	Corel Draw
	Freehand
	Fireworks
	After Effects
	Dreamweaver
	Flash
	Cold Fusion
	Indesign
	Quarkxpress
DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA	Determinación de canal adecuado para emitir la información sobre un producto o proyecto en particular.
	Determinación de canal (TV, revista, diario, lámina mural, juego...)
	Estudio de alcance, contextos y mensajes
	Análisis de requerimientos para un proyecto en particular.



ORGANIZACION DE LA PRODUCCION	Conocimiento de la tecnología disponible para preparar el proyecto.
--------------------------------------	---

Enunciados	Aspectos a mejorar
COMUNICACIÓN	Conocimiento de teorías de comunicación
	Capacidad para generar objetivos generales y específicos sobre un problema en particular
	Conocimiento de diseño de estrategia de comunicación
	Análisis para solucionar de problemas de comunicación
	Uso de un lenguaje visual efectivo según el requerimiento del mensaje.
	Esquematización de la información (saber organizar la información)
	Jerarquización de la información según componentes de un mensaje
	Uso de elementos visuales en función de un mensaje
	Conocimiento y aplicación de las teorías del color
	Conocimiento y aplicación de la psicología del color
	Conocimiento y aplicación de leyes ópticas
	Conocimiento de teorías de comunicación
	Capacidad para generar objetivos generales y específicos sobre un problema en particular
	Análisis para solucionar de problemas de comunicación
	Uso de un lenguaje visual efectivo según el requerimiento del mensaje.
	Esquematización de la información (saber organizar la información)
	Jerarquización de la información según componentes de un mensaje
	Ordenamiento de secuencias comunicacionales con claridad
MANEJO DE EQUIPOS MULTIDISCIPLINARIOS	Conocimiento de aplicación de técnicas de investigación
	Coordinación del desarrollo de trabajo con otros profesionales de diferentes ámbitos
	Coordinación y desarrollo de estrategias de trabajo (medios, metodología, procedimientos, objetivos, público meta, alcances)
	Conocimiento de leguajes de programación
	Conocimiento de plataformas de sistemas
	Conocimiento de caligrafía y tipografía
	Conocimiento de mercadeo y estrategias publicitarias
	Conocimiento de medios
	Conocimiento de gráfica editorial (diagramación de periódicos, revistas y libros)
	Conocimiento de estrategia y maquetación de proyectos digitales
	Conocimiento sobre estrategias de liderazgo
	Elaboraciones de planes temporales para la estimación de costos personales en un proyecto (cotización)
MANEJO DE EQUIPOS MULTIDISCIPLINARIOS	Conocimiento de leguajes de programación
	Coordinación y desarrollo de estrategias de trabajo (medios, metodología, procedimientos, objetivos, público meta, alcances)
	Conocimiento de aplicación de técnicas de investigación
	Conocimiento de ilustración
MANEJO DE EQUIPOS MULTIDISCIPLINARIOS	Conocimiento de medios



PROGRAMACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	Proyección de alcances
MEDIOS	Conocimiento de formatos de impresión.
	Preparación y edición de imagen de prensa
	Conocimiento de ganancia o pérdida de punto
	Edición de imágenes
	Conocimiento de ganancia o pérdida de punto
	Conocimiento de formatos de impresión.
TECNOLOGÍAS	Ilustrador
	Photoshop
	Dreamweaver
	Flash
	Quarkxpress
	Conocimiento de terminologías de extensiones de archivos (.doc,.tiff, .ai,.pdf, .psd, .mov)
	Conocimiento de tecnologías, medios de impresión, programas de edición de audio y video.
DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA	Determinación de los objetivos para un proyecto o producto.
	Estudio de alcance, contextos y mensajes
VISUALIZACIÓN	Conocimiento para programar una solución dentro de los límites de presupuesto existentes
DESARROLLO DE UN ANTEPROYECTO	Conocimiento para programar una solución dentro de los límites de presupuesto existentes
ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	Conocimiento de la tecnología disponible para preparar el proyecto.

Descripción de los enunciados de la tabla de cotejo en operativos y profesionales:

Enunciados	Operativos	Profesionales
COMUNICACIÓN		Conocimiento de teorías de comunicación.
		Capacidad para definir un problema
		Capacidad para generar objetivos generales y específicos sobre un problema en particular
		Conocimiento de diseño de estrategia de comunicación
		Maquetación, proyección y realización de una propuesta visual.
		Análisis para solucionar de problemas de comunicación
		Uso de un lenguaje visual efectivo según el requerimiento del mensaje.





COMUNICACIÓN		Utilización de la calidad estética en función de la comunicación y el mensaje a transmitir.
		Esquematización de la información (saber organizar la información)
		Jerarquización de la información según componentes de un mensaje
		Claridad de representación de una figura. (Legibilidad)
		Capacidad de síntesis de una imagen o idea
		Capacidad para la adecuación de un mensaje a distintos medio publicitarios o de comunicación.
		Conceptualización
		Ordenamiento visual
	Presentación de propuestas visuales	
		Justificación de propuestas visuales
		Coherencia entre la justificación conceptual y el producto final
		Uso de elementos visuales en función de un mensaje determinado
		Conocimiento y aplicación de teorías visuales y percepción visual
		Conocimiento y aplicación de las teorías del color.
		Conocimiento y aplicación de la psicología del color
MANEJO DE EQUIPOS MULTIDISCIPLINARIOS		Conocimiento sobre estrategias de liderazgo
		Conocimiento de aplicación de técnicas de investigación
		Visualización de proyectos
	Coordinación del desarrollo de trabajo con otros profesionales de distintos ámbitos.	
	Elaboraciones de planes temporales para la estimación de costos personales en un proyecto (cotización)	
		Coordinación y desarrollo de estrategias de trabajo (medios, metodología, procedimientos, objetivos, público meta, alcances)
		Conocimiento de fotografía
	Conocimiento de plataformas de sistemas	
	Conocimiento de ilustración	



MANEJO DE EQUIPOS MULTIDISCIPLINARIOS	Conocimiento de caligrafía y tipografía	
	Conocimiento de dibujo técnico	
	Conocimiento de mercadeo y estrategias publicitarias	Conocimiento de mercadeo y estrategias publicitarias
	Conocimiento de medios	Conocimiento de medios
	Conocimiento de edición de audio y video	
		Conocimiento de desarrollo web
		Conocimiento de teorías de la información y usabilidad aplicables en web
		Conocimiento de estrategia y maquetación de proyectos digitales
		Conocimiento de materiales
PROGRAMACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	Conocimiento de elaboración de presupuestos	
	Preparación de cotizaciones	
	Solicitud de cotizaciones	
	Supervisión de producción	
		Proyección de alcances
MEDIOS	Edición de imágenes	
	Preparación de guiones	
	Preparación de storyboards	
	Edición de video	
	Posibilidades tecnológicas (conocimiento sobre el alcance técnico que alcanzan distintos medios o herramientas)	
	Preparación de guiones	
	Preparación de storyboards	
	Posibilidades tecnológicas (conocimiento sobre el alcance técnico que alcanzan distintos medios o herramientas)	
	Separación del color	
	Preparación y edición de imagen	
	Conocimiento de formatos de impresión.	
	Conocimiento de ganancia o pérdida de punto	
	Conocimiento sobre calidades de papel, e impresiones sobre otros materiales.	
	Preparación y edición de imagen	
	Conocimiento de materiales	
	Conocimiento sobre amperaje y seguros o requerimientos para la colocación de este tipo de publicidad	
TÉCNICAS DE EVALUACIÓN		Elaboración de estrategias de monitoreo
		Elaboración de encuestas para evaluar el producto final o las necesidades para la creación del mismo.





TÉCNICAS DE EVALUACIÓN		Elaboración de cuestionarios para conocer las exigencias del público meta.
		Conocimiento de telemarketing.
		Elaboración de reportes informativos
		Elaboración de gráficas informativas sobre los resultados de un producto.
TECNOLOGÍAS	Ilustrador	
	Photoshop	
	Corel Draw	
	Freehand	
	Fireworks	
	After Effects	
	Dreamweaver	
	Flash	
	Cold Fusion	
	Indesign	
DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA	Quarkxpress	
	Conocimiento de terminologías de extensiones de archivos (.doc,.tiff, .aiff,.ai,.pdf, .psd, .mov)	
	Conocimiento de tecnologías, medios de impresión, programas de edición de audio y video.	
	Conocimiento de aplicación de materiales	
		Determinación de los objetivos para un proyecto o producto.
VISUALIZACIÓN		Determinación de canal adecuado para emitir la información sobre un producto o proyecto en particular.
		Determinación de canal (TV, revista, diario, lámina mural, juego...)
		Estudio de alcance, contextos y mensajes
		Análisis de requerimientos para un proyecto en particular.
		Conocimiento para seleccionar los objetivos claros y marcos de referencia para el desarrollo de un proyecto o producto.
DESARROLLO DE UN ANTEPROYECTO		Manejo del lenguaje visual para interpretar la información
		Conocimiento para programar una solución dentro de los límites de presupuesto existentes
PRESENTACIÓN A UN CLIENTE		Conocimiento de la elaboración de una argumentación para la defensa de un proyecto





ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	Conocimiento de la tecnología disponible para preparar el proyecto.	Conocimiento de la tecnología disponible para preparar el proyecto.
-------------------------------	---	---

ANÁLISIS DE LA LISTA DE COTEJO REALIZADA A LOS EGRESADOS

La siguiente información corresponde al análisis de la segunda lista de cotejo, la cual fue presentada a los egresados bajo el plan de estudios que se esta analizando en esta investigación.

La cual al igual que la lista anterior, divide los aspectos en positivos (presentes), negativos (ausentes) y parciales (parcialmente presentes). Esta lista se diseña para poder comprobar si los aspectos descritos en el plan de estudios y comparados con los descritos por Frascara, realmente estuvieron presentes en la formación académica, y fueron a su vez, absorbidos y entendidos por los estudiantes durante la enseñanza de dicho plan.

Las siguientes respuestas o clasificaciones se hacen basadas en la respuesta de la mayoría de un total de 8 personas a quienes se les presentó dicha lista.

COMUNICACIÓN

- Aspectos presentes (positivos)

Según los estudiantes consultados, los aspectos presentes o que ellos califican como positivos (durante todos los años de carrera) fueron: La capacidad para generar objetivos generales y específicos sobre un problema en particular, el análisis para solucionar problemas de comunicación, el uso de un lenguaje visual efectivo según el requerimiento del mensaje, jerarquización de la información según componentes de un mensaje, claridad de representación de una figura legibilidad, capacidad de síntesis de una imagen o idea, conceptualización, ordenamiento visual, presentación de propuestas visuales, justificación de propuestas visuales, coherencia entre la justificación conceptual y el producto final, uso de elementos visuales en función de un mensaje determinado, conocimiento y aplicación de teorías visuales y percepción visual, aplicación de las teorías del color, psicología del color y aplicación de leyes ópticas.

- Aspectos ausentes (negativo)

Así mismo, los mismo estudiantes afirman que entre los aspectos negativos o (ausentes), que se presentaron se pueden mencionar los referentes con: la





capacidad para la adecuación de un mensaje a distintos medio publicitarios o de comunicación.

- Aspectos parcialmente presentes (parcial)

Los egresados mencionan el conocimiento de teorías de comunicación, la capacidad para definir un problema, el conocimiento de diseño de estrategia de comunicación, la maquetación, proyección y realización de una propuesta visual, el análisis para solucionar problemas de comunicación, utilización de la calidad estética en función de la comunicación y el mensaje a transmitir, jerarquización de la información según componentes de un mensaje.

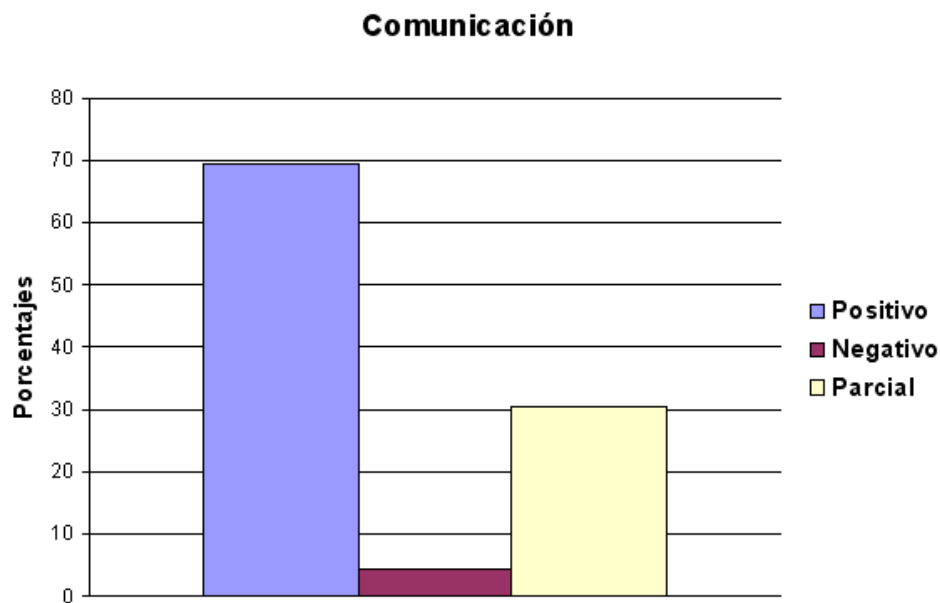


Fig. 19. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre COMUNICACIÓN y la presencia de estos en la formación de los egresados.

MANEJO DE EQUIPOS MULTI-DISCIPLINARIOS

- Aspectos presentes (positivos)

No se encuentran

- Aspectos ausentes (negativos)

Encontramos: el conocimiento sobre estrategias de liderazgo y en aplicación de técnicas de investigación, coordinación del desarrollo de trabajo con otros





profesionales de distintos ámbitos, elaboraciones de planes temporales para la estimación de costos personales en un proyecto (cotización), coordinación y desarrollo de estrategias de trabajo (medios, metodología, procedimientos, objetivos, público meta, alcances), conocimiento de lenguajes de programación, en plataformas de sistemas, en dibujo técnico, conocimiento de mercadeo y estrategias publicitarias, medios, artes finales y pre-prensa, gráfica editorial (área en diseño gráfico que se ocupa de la diagramación de periódico, revistas y libros), conocimiento de edición de audio y video, desarrollo web (área de diseño que nace con la invención de la internet), conocimiento de teorías de la información y usabilidad aplicables a web, conocimiento de estrategia y maquetación de proyectos digitales, conocimiento de lenguajes de programación.

- Aspectos parcialmente presentes (parciales)
Entre tanto los estudiantes clasifican como parciales a conocimiento de aplicación de técnicas de investigación, visualización de proyectos, conocimiento de fotografía, ilustración, caligrafía y tipografía, gráfica editorial (diagramación de periódico, revistas y libros.) y de materiales.

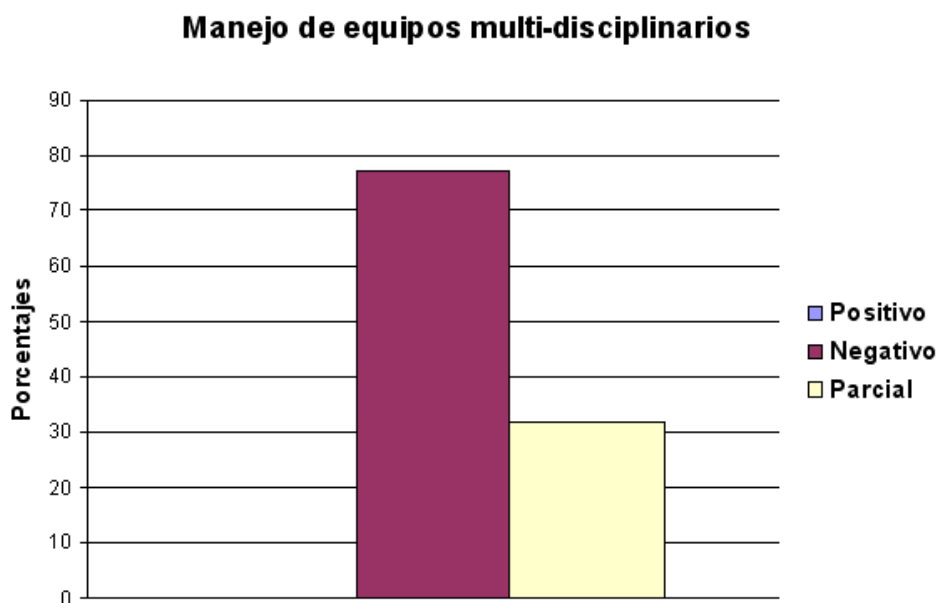


Fig. 20. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre MANEJO DE EQUIPOS MULTIDISCIPLINARIOS y la presencia de estos en la formación de los egresados.



PROGRAMACIÓN DE PRODUCCIÓN

- Aspectos presentes (positivos)
No se encuentran
- Aspectos ausentes (negativos)
El conocimiento de elaboración de presupuestos, preparación de cotizaciones, solicitud de las mismas, supervisión de producción y por último proyección de alcances.
- Aspectos parcialmente presentes (parciales)
No se encuentran.



Fig. 21. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre PROGRAMACIÓN DE PRODUCCIÓN y la presencia de estos en la formación de los egresados.

MEDIOS

- Aspectos presentes (positivos)
La preparación y edición de imagen, conocimiento de formatos de impresión.
- Aspectos ausentes (negativos)
Entre los aspectos clasificados como ausentes o negativos se encuentran muchos





que son de índole técnica, como edición de imágenes, edición de video y audio, separación del color, preparación y edición de imagen, conocimiento de formatos de impresión, ganancia o pérdida de punto, calidades de papel, e impresiones sobre otros materiales distintos al papel. También se encuentran otros no tan técnicos como lo son: la preparación de guiones, preparación de storyboards, posibilidades (conocimiento de alcance técnico que alcanzan distintos medios o herramientas) tecnológicas, preparación de textos o guiones para cuñas radiales, conocimiento sobre amperaje, seguros o requerimientos para la colocación de este tipo de publicidad, conocimiento de registro de audio y video además de su edición, conocimiento de materiales.

- Aspectos parcialmente presentes (parciales)
No se encuentran

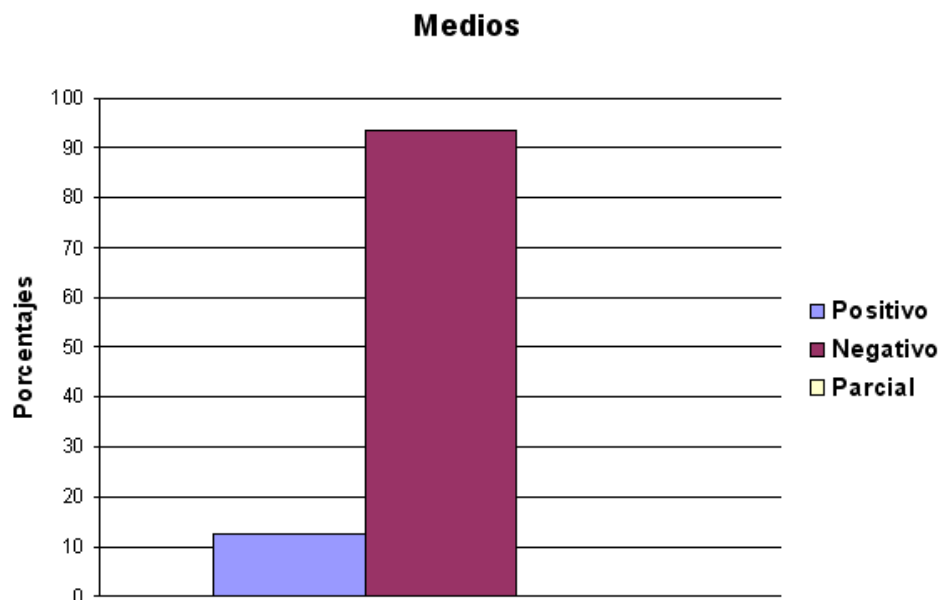


Fig. 22. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre MEDIOS y la presencia de estos en la formación de los egresados.

TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

- Aspectos presentes (positivos)
No se encuentran





- Aspectos ausentes (negativos)

Entre los aspectos ausentes se clasifican: la elaboración de estrategias de monitoreo, encuestas para evaluar el producto final o las necesidades para la creación del mismo, cuestionarios para conocer las exigencias del público meta, así mismo conocimiento de telemarketing, la elaboración de reportes informativos, graficas informativas sobre resultados de un producto.

- Aspectos parcialmente presente (parciales)

No encuentran en este apartado ningún aspecto parcial

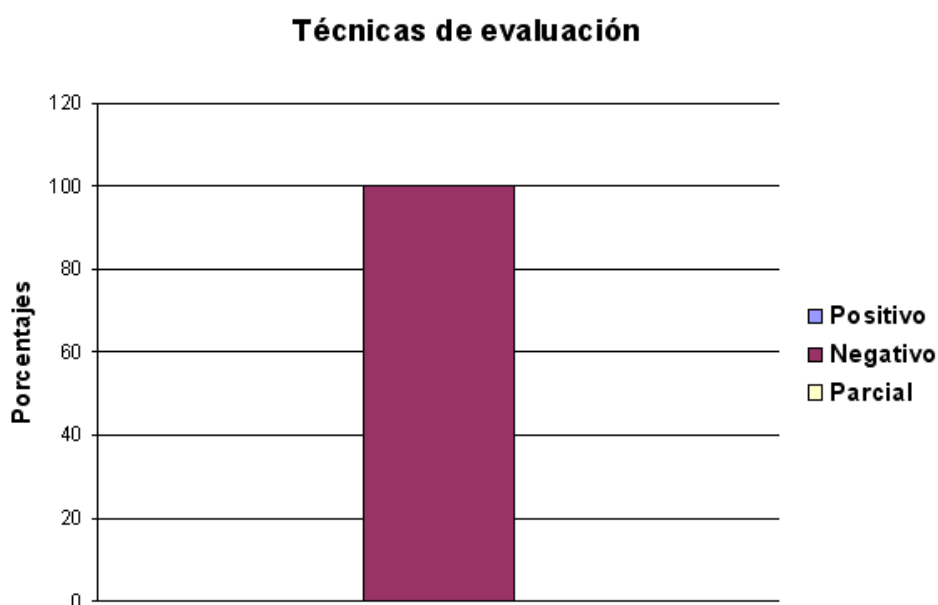


Fig. 23. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre TÉCNICAS DE EVALUACIÓN y la presencia de estos en la formación de los egresados.

TECNOLOGÍA

- Aspectos presentes (positivos)

En este enunciado los egresados nos revelaron que de los catorce enunciados únicamente cuatro estaban presentes en la formación: ilustrador, photoshop, quarkxpress, conocimiento de terminologías de extensiones de archivos (.doc, .tiff, .ai, .pdf, .psd, .mov), Flash y dreamweaver.

- Aspectos ausentes (negativos)

Los egresados coincidieron que en tecnología estuvo ausente Corel draw,



freehand, fireworks, after effects, cold fusión, indesing, quarkxpress, conocimiento de tecnologías y medios de impresión, programas de edición audio, video y conocimiento de aplicación de materiales.

- Aspectos con presencia parcial

Los egresados encontraron que estos dos aspectos se encuentran de forma parcial dreamweaver y flash.

Podemos observar que en lo que respecta al enunciado de tecnología, los egresados encontraron varias deficiencias referente a programas tecnológicos, y que los egresados dividieron su criterio sobre Quarkpress en donde la misma cantidad de egresados que consideraba que había estado presente y otra lo clasificaba como ausente lo cual deja ver que es un aspecto que dependiendo de la generación a la que pertenece el egresado y esto mismo le sucedió a flash los egresados lo encontraron como positivo y parcial.

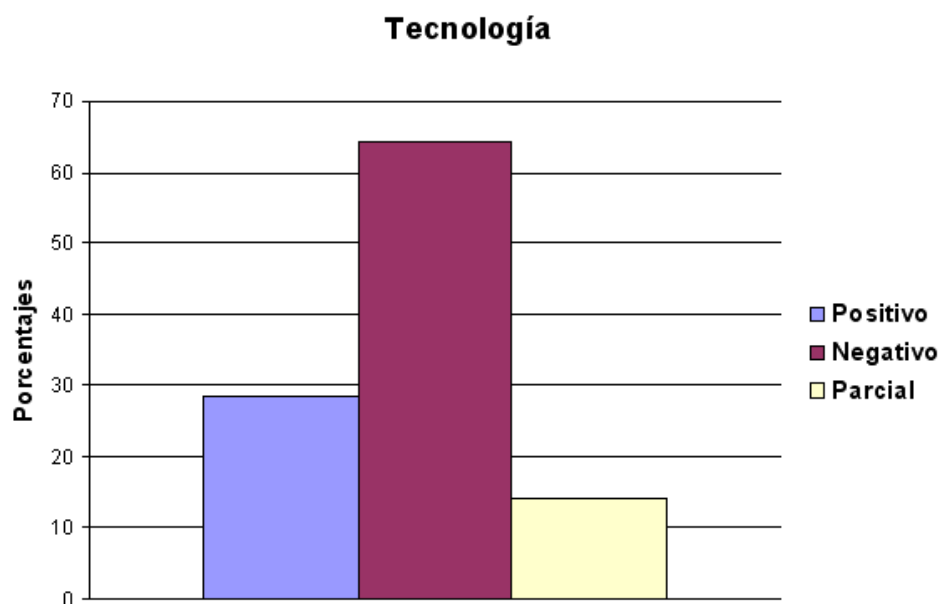


Fig. 24. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre TECNOLOGÍA y la presencia de estos en la formación de los egresados.





DESARROLLO DE ESTRATEGIA

- Aspectos presentes (positivos)
No hay aspectos presentes.
- Aspectos ausentes (negativos)
Los egresados encontraron que los aspectos ausentes son: la determinación de canal (TV, revista, diario, lámina mural, juegos de video), estudios del alcance, contextos y mensajes, análisis de requerimientos y sus interacciones para un proyecto en particular
- Aspectos con presencia parcial
Determinación de los objetivos para un producto y determinación de canal adecuado para emitir la información sobre un producto o proyecto en particular.

Podemos observar que este enunciado para los egresados, no tuvo mucha presencia durante su formación académica, ya que carece de aspectos positivos y los que podrían convertirse en fortalezas son únicamente dos aspectos, que se encuentran clasificados de manera parcial y los tres restantes los clasificaron como negativos.

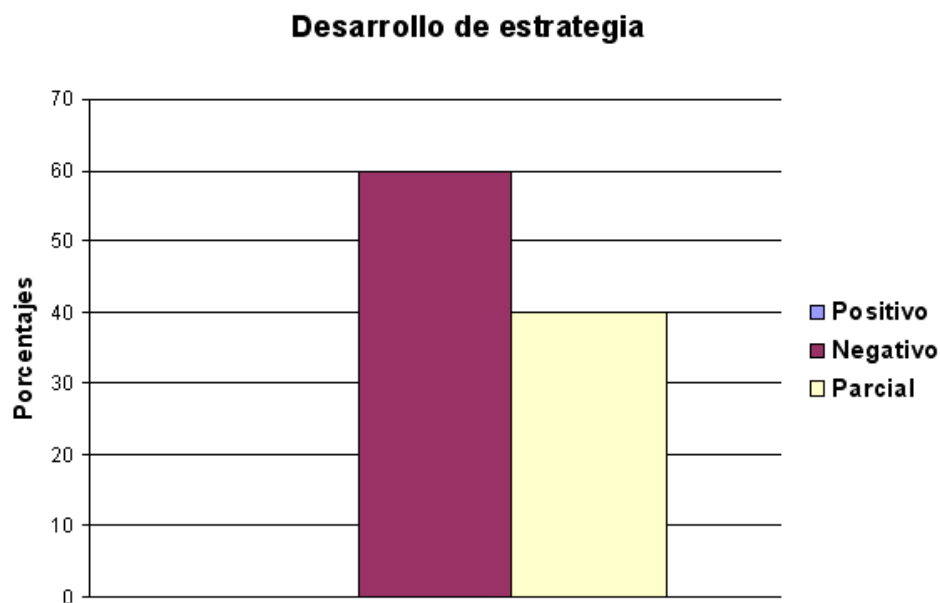


Fig. 25. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre **DESARROLLO DE ESTRATEGIA** y la presencia de estos en la formación de los egresados.





VISUALIZACIÓN

- Aspectos presentes (positivos)
No hay aspectos presentes.
- Aspectos ausentes (negativos)
No hay aspectos ausentes.
- Aspectos con presencia parcial
Conocimiento para seleccionar los objetivos claros y marcos de referencia para el desarrollo de un proyecto o producto y manejo del lenguaje visual para interpretar la información.

Este es un aspecto en el cual, los egresados encontraron que de los tres se valoran con presencia parcial, lo cual deja ver que no fueron aspectos que se fortalecieron mucho pero que impartieron de forma superficial.

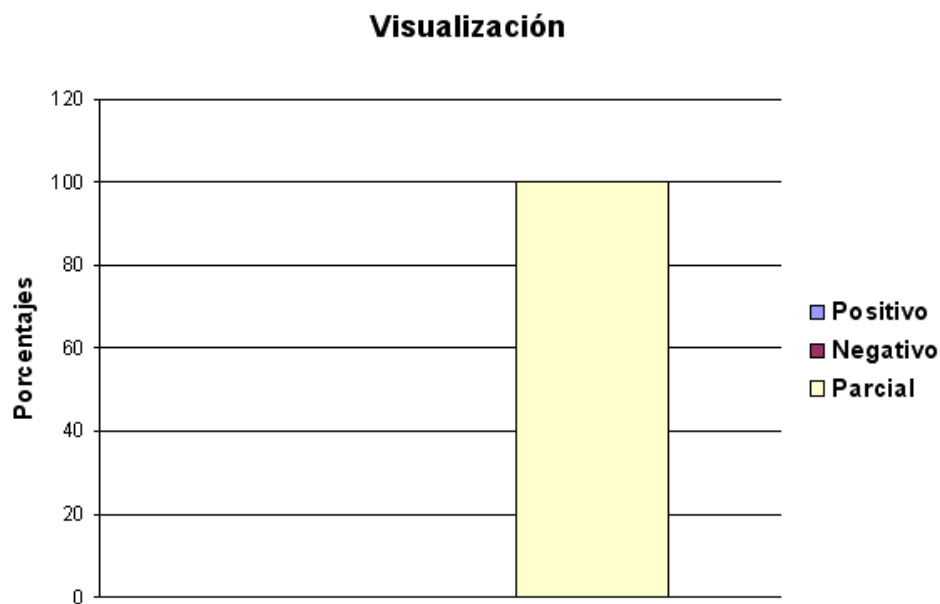


Fig. 26. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre VISUALIZACIÓN y la presencia de estos en la formación de los egresados.





DESARROLLO DE UN ANTEPROYECTO

- Aspectos presentes (positivos)
No hay aspectos positivos.
- Aspectos ausentes (negativos)
Conocimiento para programar una solución dentro de los límites de presupuesto existentes.
- Aspectos con presencia parcial
No hay aspectos parciales.

Este enunciado, los egresados le clasifican como un aspecto presente durante su formación académica, revela que tuvo gran importancia durante la formación a lo largo de toda la carrera.

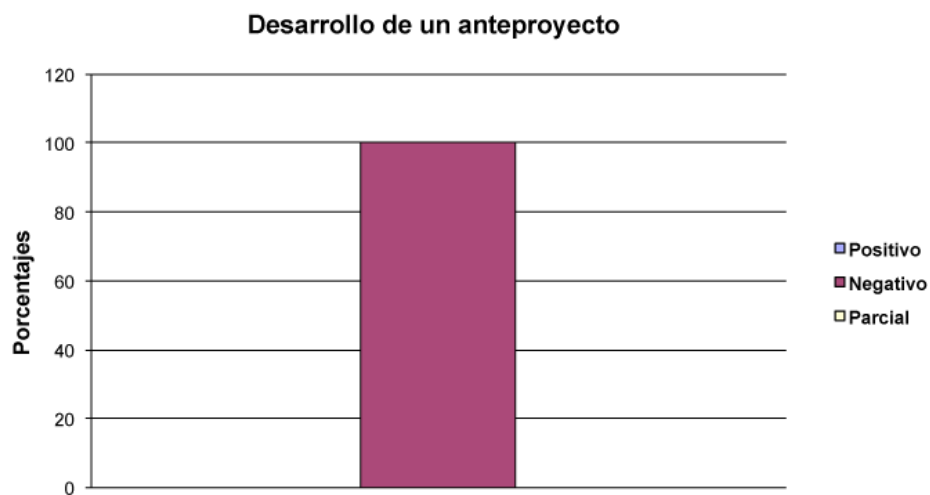


Fig. 27. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre **DESARROLLO DE UN ANTEPROYECTO** y la presencia de estos en la formación de los egresados.

PRESENTACIÓN A CLIENTE

- Aspectos presentes (positivos)
No hay aspectos presentes.





- Aspectos ausentes (negativos)
No hay aspectos ausentes.
- Aspectos con presencia parcial
Conocimiento de la elaboración de una argumentación del proyecto

Los egresados encontraron que este enunciado no tuvo la presencia que debería en su formación, pero que estuvo de una forma parcial lo cuál deja ver que se puede convertir en un aspecto a mejorar.



Fig. 28. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre PRESENTACIÓN A CLIENTE y la presencia de estos en la formación de los egresados.

ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

- Aspectos presentes (positivos)
No hay aspectos presentes.
- Aspectos ausentes (negativos)
No hay aspectos ausentes.





- Aspectos con presencia parcial
Conocimiento de la tecnología disponible para preparar el trabajo o proyecto

Los egresados encontraron que al igual que el enunciado de presentación a un cliente esta enunciado no tuvo la presencia que debería en su formación, pero que estuvo de una forma parcial, lo cual deja ver que tiene se puede convertir en un aspecto que se puede mejorar.

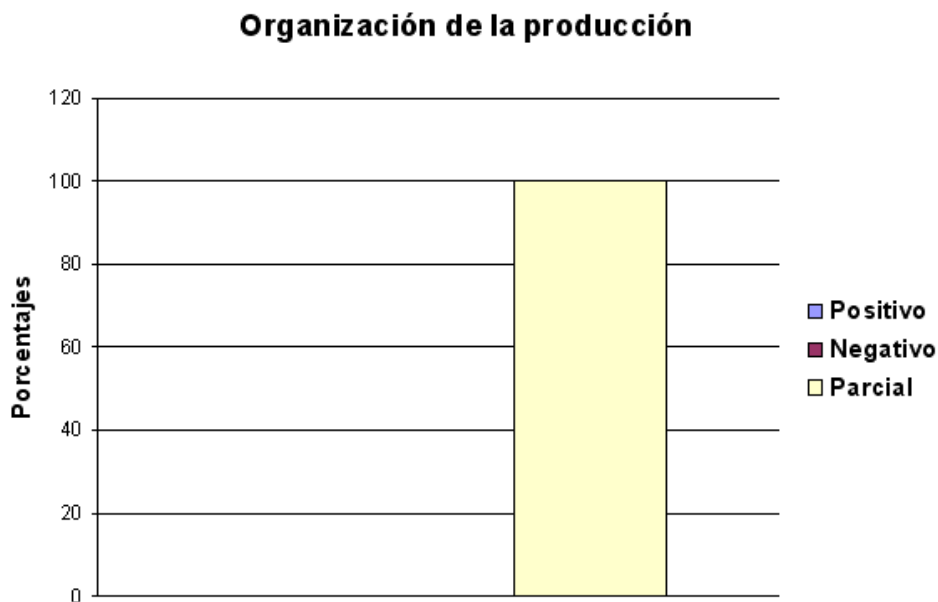


Fig. 29. Resultado de la comparación de los aspectos descritos por Jorge Frascara sobre ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN y la presencia de estos en la formación de los egresados.

Entrevista

De la misma manera, para apoyar los resultados de la lista de cotejo, realizada a los egresados, se les consulta sobre aspectos claves que Frascara, señala como primordiales en la formación del diseñador gráfico.

En la sección de anexos se presenta la entrevista completa y a continuación se detallan los resultados:

1. Significado de la creatividad entendida como ***“La habilidad para encontrar soluciones insospechadas para problemas aparentemente incomprensibles”*** y su importancia durante la formación académica en el plan de estudios.



Los egresados que manifestaron que si dijeron que:

- Inclinación por investigar (crear)
- Se desarrolla como consecuencia de la limitación que el estudiante debe enfrentarse
- Se dan las herramientas iniciales para saber como enfrentar un problema
- Si es un concepto de formación- práctica teórica
- Los que contestaron que no manifestaron:
- No la suficiente a nivel práctico, no se aplicó a casos específicos de producción artística
- No se generan espacios de análisis para entender como funcionaron, ni se establecieron procesos para desarrollarla.
- Hubo limitación para resolver los problemas como lo hubieran resuelto los profesores (para desarrollar un estilo de diseño)
- Dos personas se abstubieron de contestar.

2. Valor preponderante a la **comunicación visual** durante la formación en la Escuela de Arte y Comunicación Visual

Los egresados concuerdan en que es un proceso que estuvo presente de una manera parcial, más a la aplicación de técnicas, pero que debió impartirse de una manera más profunda . Algunos no entienden bien de que se trata el concepto, y lo relacionan más a la expresión que puede servirse de una técnica plástica determinada, y en parte no es del todo errado, no es un aspecto que se haya tratado en un curso particular de una manera consiente y exclusivo, entendiendo el proceso de comunicación como un aspecto más profundo que cuenta con varios componentes necesarios para estructurar un mensaje. Las personas que contestaron que si comentan:

- Si tuvo lugar de una manera superficial
- Se incorpora al elegir una especialidad de forma teórica
- Se dieron bases, para analizar , no para incorporarse al mercado
- Si fue lo más importante
- Surge como un valor agregado al asimilar conocimientos
- Se da una formación más amplia donde la computadora queda como una herramienta
- Si no el suficiente

Solo dos personas contestaron.



3. Se imparte suficiente conocimiento para desarrollar estrategias de comunicación durante la formación en la Escuela de Arte y Comunicación Visual de la Universidad Nacional

Las personas que contestaron que si

- Si, pero no suficiente, se desarrollan más en la practica laboral
- Si se dan las herramientas que luego permitirán desarrollarlas
- Requeriría desarrollarse de una manera más exhaustiva

Las que contestaron que no

- No la formación es plástica y conceptual
- No hubo tampoco formación en mercadeo, estrategias de publicidad, determinación de medios para un productos, requerimientos, viabilidad en la producción, porque se enfocaron más en las técnicas de diseño y no en aspectos teóricos.

No hay un concepto más amplio de comunicación, no hay un conocimiento más certero de comunicación como un conjunto de métodos de uso o estructuras para ser mediador entre una persona y la transmisión del mensaje.

4. Materias en las que obtuvo estos conocimientos (A), y materias en las cuales debería incluirse (B).

A

Diseño gráfico
Investigación
Proyectos

B

1
Diseño gráfico

5. Conocimientos que se promovieron:

Las respuestas están ordenadas de mayor importancia a menor importancia. Y localizamos a la **“comunicación”** en sexto lugar, cuando debería estar localizado en uno de los primeros lugares.



- Lenguaje visual
- Percepción visual
- Tecnología
- Determinación de objetivos
- Aplicación de técnicas
- **Comunicación**
- Definición de problema
- Justificación y defensa de propuestas
- Concepción de estrategia comunicacional
- Visualización
- Medios
- Programación de producción
- Supervisión de producción
- Administración de Recursos Económicos y Humanos
- Técnicas de Evaluación
- Estrategias de Liderazgo

6. Conocimientos de áreas como mercadeo y publicidad

Todos los egresados consideran que la formación en estas áreas fue sumamente escasa y que deben fortalecerse. Frascara establece que es importante poseer conocimientos básicos en esta área, ya que están muy ligadas con el quehacer gráfico.

Sobre mercadeo incluirse

- Crear una materia (2)
- En el taller de diseño gráfico
- Curso especializado para esta materia

7. Cursos donde obtuvo estos conocimientos y en cuales deberían incluirse

Los egresados concuerda que es necesario crear una nueva materia especializada para estas áreas, y otros consideran que es necesario impartir estos conocimientos dentro de la especialidad de diseño gráfico.

8. Énfasis a los que se les dio más importancia





La siguiente lista expone en orden de importancia los cursos o áreas en donde se le dio mayor importancia según la opinión de los egresados. Podemos observar que la mayoría de los cursos que se impartieron mayormente fueron de carácter operativo y no tanto profesional:

- Imagen Corporativa
- Ilustración
- Fotografía
- Diseño Editorial
- Evaluación de proyectos o productos finales
- Desarrollo Web
- Edición de Audio y Video
- Elaboración de presupuestos
- Pre-prensa

Énfasis a los que se les dio menor importancia durante la formación según el criterio de los egresados:

- Mercadeo
- Conocimiento de asesora y supervisión del material en proceso
- Edición de Audio y Video
- Elaboración de presupuestos
- Pre-prensa
- Desarrollo Web
- Evaluación de proyectos o productos finales
- Diseño Editorial
- Imagen Corporativa
- Ilustración
- Fotografía

9. Fortalezas y debilidades que encuentran en el plan de estudios. Las fortalezas se asocian con capacidades adquiridas y las debilidades con carencias:

fortalezas

- Transmitir mensajes específicos a grupos o individuos determinados
- Interpretar, ordenar y presentar visualmente una propuesta que contenga un mensaje para un público determinado





- Presentar la información de una forma verbal y no verbal
- Procesar información
- Organizar o jerarquizar información
- Elaboración de una argumentación de un proyecto o producto
- Concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales
- Coordinar, investigar, concebir y realizar propuestas haciendo uso de información de especialistas de acuerdo con los requerimientos de los diferentes proyectos.
- Programar una solución dentro de los límites de presupuesto existentes

Debilidades

- Programar una solución dentro de los límites de presupuesto existentes
- Concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales
- Coordinar, investigar, concebir y realizar propuestas haciendo uso de información de especialistas de acuerdo con los requerimientos de los diferentes proyectos.
- Organizar o jerarquizar información
- Elaboración de una argumentación de un proyecto o producto
- Presentar la información de una forma verbal y no verbal
- Procesar información
- Transmitir mensajes específicos a grupos o individuos determinados
- Interpretar, ordenar y presentar visualmente una propuesta que contenga un mensaje para un público determinado

10. Fortalezas en la formación académica en la Escuela de Arte y Comunicación Visual.

La siguiente lista expone en orden de importancia las fortalezas que según el criterio de los egresados son los aspectos más valiosos de la Escuela de Arte y Comunicación Visual:

- Historia del arte
- Investigación y elaboración de proyectos
- Conocimiento de manejo de términos plásticos y visuales
- Cursos más conceptuales que técnico
- Posibilidad de explorar diferentes técnicas
- Conocimientos de bases de dibujo y percepción
- Disciplina





- Perseverancia
- Dominio del tema
- Conceptualización
- Desarrollo critico
- Defensa de propuestas
- Disponibilidad de tecnología

11. Enunciados que los estudiantes consideran que se acercan más a la definición profesional de Diseñador Gráfico según su formación en la Escuela de Arte y Comunicación Visual.

“...El Diseñador Grafico no es la fuente de los mensajes que comunica sino su intérprete, sus mensajes deben desembarazarse por completo de rasgos personales que se interpongan entre el público y el mensaje”

“...El Diseñador Gráfico es la fuente de sus mensajes, y en su trabajo involucra sus rasgos y apreciaciones personales que hace llegar al público por medio de un mensaje”

En la pregunta anterior, se valora si los egresados consideran o definen su profesión desde la perspectiva de ser la fuente de los mensajes que comunica o si involucra sus rasgos y apreciaciones para transmitir los mensajes.

Según la respuesta de los egresados encontramos que existe una gran confusión para definir la profesión de diseño gráfico, y dificultad para separarla de la disciplina artística, ya que muchos egresados suponen que no involucrar sus rasgos personales en las creaciones es sinónimo de sacrificar el estilo personal. Algunos sin embargo consideran que los diseñadores son comunicadores que no deben incluir sus apreciaciones personales dentro de su trabajo, sino que su deber principal es el de comunicar y hacer llegar efectivamente su mensaje al público meta. Esta definición es la que coincide con la descrita por Frascara.

Diseñador fuente o no de los mensajes:

Diseñador entendido como un comunicador (opinión de los egresados):

- Su trabajo es comunicar no es la fuente
- Crear un mensaje que sea legible por todo (pero siempre la parte de uno se





incluye)

- Crear como comunicador un diseño para llegar al público meta, debe ser capaz de crear su propio lenguaje siempre que se adapte al público meta.

Diseñador como artista (opinión de los egresados):

- Aplica más para comunicador visual o creativo
- Obstaculiza la comunicación sin interponer sus razgos personales
- Solo las técnicas y no el estilo de diseño

También podemos observar según las respuestas, que la apreciación personal es entendida como la forma en donde se daría este mensaje, en cómo comprendo y asimilo ese mensaje para finalmente así lo transmitirlo.

12. Cursos más valiosos para usted y de menor utilidad.

En el siguiente lista los egresados valoran cuales son los cursos que resultan más valiosos luego de vivir una experiencia laboral, cuales deberían replantearse y cuales fortalecerse.

Más valiosos:

- Especialidad diseño gráfico
- Historia
- Investigación
- Proyectos
- Dibujo

Menos valiosos:

- Técnicas





CAPÍTULO 5



5. Conclusiones y recomendaciones

De este estudio se obtienen las siguientes conclusiones y recomendaciones:

Complementariedad o no en los aspectos del perfil propuesto por la especialidad de Diseño Gráfico de la Escuela de Arte y Comunicación Visual de la Universidad Nacional bajo el plan 1999 al 2004, con los aspectos descritos por Jorge Frascara.

COMUNICACIÓN

Conocimiento de teorías de comunicación

- **Conocimiento de aplicación de técnicas de investigación**, ubicado desde tercer año de carrera en adelante, es un aspecto fundamental que debería de estar ubicado desde primer año, según la importancia que Frascara le da al apartado de la comunicación.
- Se desarrolla positivamente **la capacidad para definir un problema** a lo largo de toda la carrera, es de gran utilidad ya que puede permitir al egresado mantenerse activo frente a los nuevos retos de diseño, generando nuevas ideas.
- El aspecto anterior debe de estar ligado al **análisis y la solución de problemas de comunicación visual**, aunque este solo aparece a partir de tercer año, es importante que se una al anterior y se brinden desde primer año hasta el fin de la carrera; ya que todo proceso creativo va ligado a dar una solución final, teniendo en cuenta **las teorías de comunicación visual**, las cuales permitirían determinar cual será la forma más adecuada de solucionar determinado problema.
- En cuanto al enunciado **capacidad para generar objetivos generales y específicos**, se imparten los tres últimos años de carrera, cuando bien pudieran iniciarse desde primer año; permitiendo al estudiante justificar y tener un horizonte más claro como dirigir la solución a un problema desde el inicio de la carrera.
- Existen otros puntos como lo son: **el uso de lenguaje visual efectivo según el requerimiento del mensaje, esquematización de la información que se refiere al manejo y al aprendize para organizar la información** dentro de un formato determinado, o establecer qué información es más importante que





otra. **El ordenamiento de secuelas comunicacionales de forma clara y la jerarquización de la información según los componentes de un mensaje**, se dan a partir de tercer año; esto debería de impartirse también desde primer año, para que le permita al estudiante organizar la información en un trabajo y hacerlo más efectivo, esto le permitirá comunicarse mejor con el público que quiere al que llegar y le permitirá identificar más claramente los instrumentos para transmitir el mensaje, y llegar de una forma más directa; en esta última idea hará también el **uso de la claridad estética para transmitir ciertos mensajes**, el cual es un apartado enseñaba desde segundo año, debe iniciarse desde el primer año, para que el estudiante aprenda a ligar la funcionalidad con la estética armoniosamente, de esta forma aprenderá a priorizar cual de los dos aspectos debe gobernar.

- Otro enunciado que se presenta únicamente en segundo año es el de **la capacidad para adecuar un mensaje a distintos medios publicitarios**, este conocimiento debe extenderse durante toda la carrera, inclusive desarrollar ejercicios con los estudiantes, para que les permita adentrarse en un conocimiento más propio del campo de la publicidad y el mercadeo.

- **Uso de mensajes no verbales**

A lo largo de toda la carrera los siguientes enunciados se encuentran presentes: **Conceptualización, ordenamiento visual, presentación de propuestas visuales, justificación de propuestas visuales, coherencia entre la justificación conceptual y el producto final**. Estas deben mantenerse así ya que permiten al estudiante administrar los elementos visuales, para articularlos en ideas visuales (**conceptualización**) y las organicen según la importancia del mensaje (**ordenamiento visual**), además que contribuya a defender y presentar sus propuestas visuales, para que estas guarden **una coherencia entre la justificación conceptual y la propuesta visual final** de cualquier trabajo o solución gráfica. Estos procesos le alejan de dar soluciones a la ligera “por inspiración u ocurrencia” y poseer argumentos suficientes para defender cualquier propuesta ante un cliente. Es deber de todo diseñador educar a su cliente, y aprender a servirse de todos estos conocimientos, para guiar su solución hacia un camino más acertado y claro para su público.





- **Lenguaje visual**

Dentro de este enunciado está presente **el uso de elementos visuales en función de un mensaje**, que se encuentra a partir de segundo año de carrera, lo que le permite al estudiante a disponer, de todas las herramientas visuales en función de la comunicación de algún mensaje que desee transmitir a su público. Sin embargo, debería iniciarse desde el primer año, ya que le permite adecuar y escoger los elementos que utilizará en una determinada propuesta, y valorar si son pertinentes para transmitir el mensaje de forma clara y consisa a su público. Así mismo, **tenemos el conocimiento y aplicación de teorías visuales y percepción visual**, que se imparte durante la carrera, acá podríamos unirlo con el conocimiento **de leyes ópticas**, que se da únicamente a partir de tercer año. Esto debería aparecer a partir de primer año, con el fin de iniciar el entrenamiento ocular para detectar posibles ruidos visuales o errores que entorpecen la comunicación. En cuanto al **conocimiento de teoría del color y de psicología** del mismo, esto debe de mantenerse a partir de segundo año, como lo estipula el plan, ya que es importante que en primer año se aborden otros temas, que tengan que ver con el manejo de teorías de comunicación y el uso de elementos visuales.

En este apartado concluimos que se podría hacer especial hincapié en la importancia de fortalecer todos los aspectos relacionados con la **COMUNICACIÓN**, para preservar e ir renovando lo que ya está fortalecido, mejorando los aspectos parciales y dando solución inmediata a los negativos, ya que según Frascara la **COMUNICACIÓN** es la columna vertebral de la profesión de cualquier diseñador gráfico, convirtiéndose entonces en la razón de ser de la profesión.

MANEJO DE EQUIPOS MULTIDISCIPLINARIOS

Conocimiento de aplicación de técnicas de investigación se presenta desde primer año de carrera, y es de vital importancia que el estudiante esté familiarizado desde el principio con este aspecto, ya que le permitirá contar con un mejor desempeño al realizar cualquier proyecto, y plantear ideas para resolver un problema determinado. También le facilita determinar cómo debe elaborar los diseños que más se adecuen a su proyecto, y tener noción de los instrumentos que se adapten mejor al trabajo que realiza en el medio laboral. Conviene desarrollar los fundamentos de una manera más clara para justificar su proyecto ante su equipos de trabajo.





Coordinación del desarrollo de trabajo con otros profesionales de distintos ámbitos, solo se presenta en los tres primeros años de carrera, pero debería incluirse durante toda la carrera, ya que es de vital importancia que el estudiante aprenda a trabajar con personas de distintas profesiones, optimizando la unión o fluidez de ideas a la hora de organizar proyectos. Para esto se recomienda organizar dentro de ciertos talleres, proyectos en conjunto con otras escuelas, que le permita al estudiante entrar en contacto con otras profesiones, esto se encuentra ligado con la **coordinación y desarrollo de estrategias de trabajo (medios, metodología, procedimientos, objetivos, público meta y alcances)** que aparece en los últimos años de carrera.

Un aspecto muy importante que se presenta en los dos últimos años de carrera es el **conocimiento de mercadeo y estrategias publicitarias**, y para una profesión como de diseño gráfico, es de vital importancia su presencia desde primer año, ya que el constante roce de esta profesión con diferentes medios publicitarios exige que el estudiante también tenga conocimientos sobre esta área.

Respecto con el **conocimiento de gráfica editorial (diagramación de periódicos, revistas y libros), conocimiento de artes finales y pre-prensa, conocimiento de desarrollo web, conocimiento de teorías de la información, usabilidad aplicables en web y conocimiento de edición de audio y video** son aspectos que deberían estar presentes durante toda la carrera, pero se presentan aislados a lo largo ella. Es importante que el estudiante conozca de gráfica editorial, para que aprenda cómo organizar el espacio, contenidos escritos y visuales, ya sea para periódicos, revistas y libros. En artes finales y pre-prensa es elemental conocer como se realiza la presentación final de un trabajo a un cliente. En el caso de pre-prensa, debe conocer como procesar el trabajo y transferirlo a las placas destinadas a la impresión.

En lo que respecta al desarrollo web y la usabilidad, se requiere conocimiento de lenguaje (programación básica) para la creación de sitios web, como diseñar un producto accesible para usuarios específicos cumpliendo objetivos específicos como son la efectividad, distribución del espacio, eficiencia y satisfacción del usuario en un contexto de uso especificado.

La elaboración de planes temporales para la estimación de costos profesionales en un proyecto (cotización), es un aspecto que se presenta de forma parcial en segundo año; sin embargo, debería estar presente durante toda la carrera, ya que permitiría al estudiante aprender a realizar cotizaciones de sus trabajos





independientes o solicitarlas a otros profesionales o proveedores.

PROGRAMACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Conocimiento de elaboración de presupuestos, solicitud de cotizaciones, proyección de alcances y supervisión de producción, son aspectos importantes de conocer, para que la realización de un proyecto cuente con las herramientas operativas y profesionales que permitan la supervisión y seguimiento adecuado; no obstante, están ausentes en el plan de estudios. **Proyección de alcances** se presentó de manera parcial en segundo año, y se debe incluir para establecer las características o requisitos del proyecto, conocer las necesidades, el presupuesto y el tiempo para alcanzar el resultado final.

MEDIOS

Encontramos valorado positivamente a lo largo de toda la carrera, **el conocimiento sobre diversas calidades de papel e impresión en medios diferentes a éste**. Este aspecto debería incluirse a partir de segundo año, de esta manera el estudiante podrá relacionarse con distintos medios o adaptar sus diseños a distintos materiales. Es importante que conozca de qué manera puede servirse de ellos, conociendo todas sus particularidades. Podrían impartirse charlas de los distintos materiales, invitando a proveedores u otros diseñadores experimentados. Así mismo, lo requieren **la preparación y edición de imagen para prensa, conocimiento de formatos de impresión y pérdida o ganancia de punto**. Estos conocimientos pueden desarrollarse a partir de segundo año, o desde el mismo momento donde se incursione en herramientas digitales.

Es preocupante que durante toda la carrera, **edición de imágenes, preparación de guiones, preparación de storyboards, edición de video, conocimiento de posibilidades tecnológicas, preparaciones de guiones o textos para cuña de radio, edición de video y sonido, separación de color y artes finales**, se encuentran ausentes, impidiéndole al estudiante explorar otros medios que pueden beneficiarle en el resultado de un proyecto en particular. Así, el estudiante podría desempeñarse en otros ámbitos laborales, comunicarse mejor con otros profesionales y escoger el medio más pertinente para utilizar para su propuesta. La empresa para la cual trabaje vería en él un valor agregado, puesto que no tendría que contratar otros profesionales para realizar estas tareas, o bien una empresa externa que le suministre el dominio de estos medios. Además, esto podría convertirse en un valor





agregado para cotizarse en el medio laboral como profesional. Estos conocimientos técnicos, deben incluirse desde primer año hasta el final de la carrera; para que no se convierta en una limitante para el futuro profesional.

TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

Es un enunciado que no está incluido en el plan de estudios y esto refleja una carencia importante en este campo; es conveniente la inclusión de temáticas relacionadas con: **elaboración de estrategias de monitoreo, elaboración de encuestas para evaluar el producto final o las necesidades para la creación del mismo, elaboración de cuestionarios para conocer las exigencias del público meta, telemarketing, elaboración de reportes y gráficas informativas sobre los resultados de un producto**, todas las anteriores son técnicas que le permitan al estudiante reconocer por medio de los resultados obtenidos, como administrar y adecuar un proyecto, cuáles son las necesidades que se deben satisfacerse, cuales son los factores que le alejan de su objetivo, además le permite obtener más información sobre el público meta y sus preferencias.

TECNOLOGÍA

Es uno de los enunciados que tiene mayor importancia dentro de la carrera, ya que es el área donde se imparten los programas de diseño (software), herramientas de trabajo para los futuros profesionales; pero es un enunciado en el que se encuentran deficiencias, ya que de todos los programas de diseño básicos en el mercado laboral solo se impartieron de manera más profunda ilustrador, photoshop y quarkxpress en algunas generaciones, dreamweaver y flash se abordaron de manera superficial. Otro problema que surge es que se abordan hasta tercer año, dejando por fuera los primeros años.

En cuanto a dreamweaver, flash y quarkxpress se comienzan a impartir en quinto año. Otros como corel draw, freehand, fireworks, after effects, cold fusion e indesign no se impartieron en ningún momento de la carrera, pero al igual que photoshop, ilustrador, dreamweaver, flash y quarkxpress deberían de impartirse desde el primer año, valorando primeramente si se encuentran vigentes en el medio laboral actual para dar mayor dominio técnico a la profesión. Si bien es cierto, que los medios no hacen al diseñador, si le proporcionan herramientas útiles para el desarrollo de sus ideas.





DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA

Dentro de los aspectos positivos encontramos **la determinación de los objetivos para un proyecto o producto, estudio de alcance, contextos y mensajes**; los dos primeros inician de tercer año y el último en cuarto año. No obstante, deberían iniciarse desde los primeros años, ya que permite evaluar el resultado o la respuesta en determinado público ante un proyecto. Si satisface las necesidades a quien está dirigido, o por el contrario debe hacerse algún ajuste o desecharse por completo, contribuyendo a la experiencia en futuros proyectos.

Otros enunciados como **determinación del canal adecuando para emitir la información sobre un producto o proyecto en particular, determinación de canal, estudio de alcance, contextos y mensajes (TV, revista, diario, lámina mural, juegos de video) y análisis de requerimientos para un proyecto en particular** se encuentran ausentes durante la carrera. Esta serie de enunciados facilitan al estudiante y al profesional en el medio laboral adaptar de una manera más pertinente la solución final de diseño a distintos medios.

En la formación de los profesionales, es importante contar con las herramientas necesarias para evaluar la solución final antes de que este salga al mercado, o llegue al público meta para el cual fue diseñado. Esto le permitirá clarificar el mensaje y emplear efectivamente los recursos.

Es fundamental que estos conocimientos se impartan en los dos últimos años de la carrera, a excepción de **análisis de requerimientos para un proyecto en particular**, el cual debería impartirse en los dos primeros años de formación.

Finalmente **desarrollo de la estrategia** posibilita a los estudiantes abordar problemas gráficos que necesiten solución, lo cual lo llevaría a un proceso de análisis y planificación, permitiéndole examinar todas las vertientes del problema y sus posibles soluciones, desarrollando los criterios necesarios para defender una idea, alejándolas de ocurrencias y soluciones al azar.

VISUALIZACIÓN

Entre los aspectos positivos encontramos **conocimiento para seleccionar los objetivos claros y marcos de referencia para el desarrollo de un proyecto o producto** los cuales se comienzan a impartir en tercer año, sin embargo debería de iniciarse desde primer año, ya que permite al profesional apoyarse en investigaciones posteriores del campo para desarrollar las bases sólidas que permitan dar solución





adecuada a un proyecto.

Manejo del lenguaje visual para interpretar la información se inicia en segundo año, pero es importante que se incluya desde primer año, permitiendo adquirir mayor experiencia para administrar mejor los recursos en virtud de una comunicación más clara.

DESARROLLO DE UN ANTEPROYECTO

El conocimiento para programar una solución dentro de los límites de presupuesto existentes, se clasifica como positivo durante los dos primeros años de formación, luego desaparece de la carrera. Sin embargo, es importante que el estudiante aprenda a diseñar una solución, teniendo en cuenta diversos factores antes de iniciar, como son el tiempo, el recurso humano disponible o necesario y el recurso económico con el que se cuenta para desarrollar el proyecto, aspectos fundamentales para trazar el plan de medios que utilizará y la forma en presentará el proyecto final. De esa forma será capaz de justificar el costo del proyecto, visualizando los beneficios y adaptándose al presupuesto con el que se cuenta. Por tanto, debería de implementarse a lo largo de toda la carrera, incluyéndose como un contenido de alguna materia, dándole la profundidad e importancia que se merece.

PRESENTACIÓN A UN CLIENTE

El conocimiento de la elaboración de una argumentación para la defensa de un proyecto se presenta durante toda la carrera, lo cual beneficia al estudiante permitiéndole exponer y defender un diseño desarrollado producto de una investigación previa. **En la presentación de una propuesta a un cliente**, se tiene la oportunidad de conocer y escuchar sus necesidades (las del cliente), ya que éste último, tiene un contacto más estrecho con el público meta para el cual solicita una solución gráfica. Facultado para la defensa de su propuesta, tiene además la obligación de educar a su cliente.

ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

El conocimiento de la tecnología disponible para preparar un proyecto se presenta a partir del tercer año, pero es de suma importancia que el estudiante conozca la tecnología que tiene a disposición para llevar a cabo sus proyectos, y valorar las opciones más adecuadas obteniendo así mejores resultados. Que conozca los avances del mercado y valorare si contribuyen o no a facilitar su trabajo.





Este aspecto unido al de **MEDIOS**, le brinda al estudiante una gama de posibilidades para abordar una posible solución.

Respuesta que brinda la oferta curricular a las expectativas de los estudiantes de la especialidad de diseño gráfico de la Escuela de Arte y Comunicación Visual de la Universidad Nacional.

CONCEPCIÓN DEL DISEÑADOR GRÁFICO

Se concluye que los diseñadores son comunicadores visuales y por tanto no deben incluir sus apreciaciones personales dentro de su trabajo, sino que su deber principal es comunicar y hacer llegar efectivamente el mensaje al público meta. Esta conclusión coincide con la definición descrita por Frascara sobre lo que es un comunicador visual y que se trató anteriormente.

El comunicador visual debe mantenerse al margen de sus juicios personales, sirve como un intérprete o medio para la transmisión de un mensaje hacia determinado público meta, pero este aspecto no lo libera de poseer conocimientos sobre lenguaje artístico, técnicas plásticas, historia del arte y otras materias que puedan brindarle o favorecerle en una formación más completa. Así mismo, debe aprender que el no incluir sus apreciaciones personales dentro de su trabajo, no es sinónimo de renunciar a su estilo personal, ya que estos son dos aspectos muy distintos.

FORTALEZAS EN LA FORMACIÓN ACADÉMICA

Los aspectos con mayores fortalezas en orden de importancia se detallan a continuación:

- Formación en historia del arte
- Formación en investigación
- Elementos para la elaboración de proyectos
- Manejo de términos plásticos y visuales
- Valoración de aspectos conceptuales y no técnicos
- Exploración de diferentes técnicas
- Bases de dibujo y percepción
- Actitudes y valores:
 - Disciplina
 - Perseverancia
 - Conceptualización



- Criticidad para la defensa de argumentos o proyectos ante un cliente

También se afirma que los aspectos más fortalecidos en la formación fueron de índole más plástico (artes tradicionales: pintura, escultura, cerámica, dibujo, etc.), que a su vez no dejan de ser importantes para lograr una formación integral en un comunicador visual, ya que estos conocimientos permitirían al profesional obtener valores agregados y una formación más completa.

CAPACIDADES ADQUIRIDAS POR EL ESTUDIANTE PARA ENFRENTARSE A LOS RETOS DE LA PROFESIÓN

Con los resultados obtenidos se puede indentificar que los egresados se encontraron a sí mismos facultados para:

- Transmitir mensajes específicos a grupos o individuos determinados.
- Interpretar, ordenar y presentar visualmente una propuesta que contenga un mensaje para un público determinado.
- Presentar la información de una forma verbal y no verbal.
- Procesar información.
- Organizar o jerarquizar información.

De esta forma se encuentran facultados para realizar trabajos en donde se requiera del análisis exhaustivo, para lograr la solución a problemas de comunicación visual. Sin embargo, consideran que este aspecto debe ser fortalecido y de manera directa con un curso de comunicación que establezca parámetros concretos para el desarrollo de estos aspectos como se ha mencionado.

Sin embargo, se perciben carencias en la formación del comunicador visual en relación con los aspectos que Frascara señala como fundamentales en la formación de un comunicador visual:

- Lenguaje visual
- Comunicación
- Percepción visual
- Administración de recursos económicos y humanos
- Tecnología
- Medios





- Técnicas de evaluación
- Trabajo en equipos multidisciplinarios y para establecer buenas relaciones interpersonales.

Como anteriormente hemos manifestado, se requiere articular estos elementos para lograr una formación más integral en los estudiantes.

En la medida que estos aspectos se vean fortalecidos en la formación, se podría tener más claro el proceso comunicacional.

Se concluye que los egresados tienen claro lo que es ser un comunicador visual, las implicaciones de su profesión, y su rol social ante un público meta siempre cambiante.

Por lo anterior, es fundamental mantener en los estudiantes ese concepto de comunicador visual, hacerle ver su rol social y las implicaciones propias de su profesión. Dejar en claro que entre los comunicadores visuales y los artistas hay diferencias y no se trata de que un perfil calce con el otro o lleguen inclusive a confundirse, simplemente tiene necesidades distintas.

La manera en que se fundamenta la propuesta curricular de la especialidad de Diseño Gráfico de la Escuela de Arte y Comunicación Visual de acuerdo con las demandas laborales del medio actual.

Los instrumentos de recopilación de datos y la experiencia de los egresados al insertarse en diversos medios laborales revelan vacíos en la formación profesional.

El primero de ellos se refiere a la Comunicación pilar fundamental en la formación profesional de los diseñadores. Frascara es tajante cuando manifiesta que el diseñador debe conocer técnicas de comunicación puesto que ***“el diseñador de la comunicación visual es un estructurador de comunicaciones, un especialista en comunicar y su trabajo se relaciona con todos los pasos del proceso comunicacional”*** (Frascara, 1994, p.20).

En las entrevistas realizadas a los egresados de este plan, muchos coinciden que este aspecto se impartió y fue aprendido pero no de una manera “consciente”, como lo manifestó un egresado:

“Considero que el área de comunicación, si bien es cierto, no se impartió como teoría, nos dio unas bases sólidas para poder tener en este momento la capacidad de enfrentarnos a un campo laboral, donde podamos defender y desarrollar



conceptos dentro del área de comunicación visual. De hecho, considero que esta es uno de los valores más fuertes e importantes que comparten los egresados de esta escuela.”

En la medida que este conocimiento se profundice surge otra necesidad: establecer claramente la diferencia entre un comunicador visual (diseñador gráfico), y un artista, ya que sus responsabilidades sociales y laborales son distintas. Para ello, se puede hacer uso de las mismas teorías y pensamientos de Frascara y otros textos que explican el porqué estas diferencias deben darse.

Jorge Frascara es enfático en establecer la diferencia que debe existir a la hora de denominar la profesión. El establece que no debe llamarse al diseñador gráfico de este modo, puesto que es un término que limita su desempeño a aspectos más técnicos; propone más bien que se le llame “DISEÑADOR DE COMUNICACIÓN VISUAL” puesto que es un profesional que tiene como método el diseño, como objetivo la comunicación y como campo lo visual. Anteriormente se ha señalado que las teorías de diseño, la resolución de problemáticas plásticas visuales y medianamente la comunicación, son elementos fundamentales en la formación académica de este plan de estudios. Por lo tanto, suscribimos el planteamiento de este autor y la necesidad de modificar el nombre de la especialidad.

Por otra parte, existe la necesidad de establecer o priorizar cursos y nuevas técnicas para insertarse de mejor manera al medio laboral. Los egresados tienen claro por su propia experiencia, los vacíos que hallaron al insertarse a sus respectivos trabajos; aspectos como mercadeo y publicidad deben valorarse como prioridad en planes futuros para lograr establecer criterios más sólidos, y tener opiniones más propias a la hora de decidir en equipo la solución a un determinado proyecto; como valor agregado le permitirá guiar al cliente e invertir mejor el presupuesto. Se requiere por lo tanto, profundizar en la elaboración de estimaciones de costos y presupuestos de una manera más clara y real, esto permitirá conocer sus alcances o limitaciones y formular soluciones en concordancia con el presupuesto que se le estima para determinado trabajo.

Unido a lo anterior y con fin de optimizar la formación integral, es importante dar herramientas para la evaluación de los productos desde el inicio, durante y al final de





cada proyecto; elemento que posibilita valorar el impacto del producto con respaldo teórico-práctico y delimitar los aspectos a mejorar para futuros proyectos.

Todo ello se puede mejorar mediante el desarrollo de una **práctica profesional** que permita experimentar lo aprendido a lo largo de la carrera, en un ambiente real de trabajo en una empresa o institución, para que a la hora de insertarse en un medio laboral no exista un cambio tan abrupto, ni una desmotivación sobre la realidad, sino que se tengan herramientas y conocimientos básicos para enfrentar diversas situaciones.

La necesidad de formar personas críticas, capaces no solo de ser usuarios de programas, sino de plantear una solución a un problema con criterios sólidos, debe ser continua.

RECOMENDACIONES DESDE NUESTRO PUNTO DE VISTA PROFESIONAL

Según nuestra experiencia durante nuestra inserción en el medio laboral costarricense, confirma muchos de los aspectos analizados en esta investigación; coincidimos con muchos aspectos y rogamos por que sean tomados en cuenta para la formación de los futuros estudiantes de la escuela. En esta investigación, se deja en claro la necesidad de revisar constantemente el medio y los cambios que se dan en él para insertarse en la formación de la escuela.

Es importante nuevamente recalcar que el estudiante se encuentre capacitado con la mayor cantidad de herramientas posibles, y al referirse a esto no solo se hace alusión al ámbito técnico, sino a conocimientos de índole profesional; para poder competir con los llamados “usuarios de programas” y brindarle además, un valor agregado a la profesión, por ende un mejor servicio al cliente. En el ámbito técnico es importante mantenerse al tanto de las herramientas que se utilizan en el mercado, como por ejemplo recordamos el cambio de Quark Xpress a Indesing, mientras en la escuela se nos formaba con el primero, cuando nuestra generación se insertó en el medio laboral nacional ya muchas empresas estaban utilizando Indesing para diagramar sus periódicos, libros y revistas.

Uno de los grandes vacíos que enfrenta el egresado en su inserción en el medio





laboral, es el poco contacto que tiene con otros profesionales de distintas áreas. Esto bien podría solucionarse con una práctica profesional durante algunos meses o bien elaborando proyectos en común con otras escuelas o facultades en algún curso. Para muchas empresas es importante contratar un profesional capacitado en un gran número de áreas, por el beneficio económico de no contratar servicios externos, pero también esto le permite mejorar el diálogo entre áreas y la conformación de equipos de trabajo bien definidos, por ejemplo como parte de la cotidianidad de la empresa donde una de las dos se desempeña actualmente, es necesario relacionarse con profesionales de sistemas, contabilidad, cumplimiento legal, administración entre otros, para sacar adelante un proyecto determinado.

Así mismo, en el campo del Mercadeo y la Publicidad, si bien es cierto estas especialidades pertenecen a otras profesiones, es importante conocer estas áreas para elaborar campañas pequeñas, o al menos tener una mejor comunicación con estos profesionales en donde estos conocimientos son la base principal de su formación. Por ejemplo, en el lugar de trabajo donde una de las dos se desempeña, el diseñador brinda soporte constante al departamento de Mercadeo y en ocasiones se le asignan tareas como evaluar el mercado, medir el impacto de nuestra publicidad en el público meta, entre otros aspectos en donde sería importante estar mejor facultado para dar mejores resultados a la empresa. Desarrollar instrumentos que permitan revisar el mensaje que se le da al público, o determinar aspectos claves para brindarle al diseñador un mejor panorama de lo que se va a diseñar y como debe esto llegar al público que utiliza los servicios de la empresa.

En el campo de la comunicación coincidimos, no tuvimos la misma formación en ésta área, ya que pertenecemos a generaciones distintas, coincidimos que en un año que se dio investigación una de las dos conoció apenas de manera superficial las teorías de comunicación, mientras la otra en el curso del año anterior no tuvo ninguna incursión en esta área; pero considerando, ser ésta la columna vertebral de la profesión debe existir un curso único para esta área, en donde se incluyan todos los conocimientos posibles. Esto permitirá dar mayor claridad a los mensajes emitidos, analizar la audiencia o público meta y los medios que deben utilizarse para tal efecto. Analizar el medio en el que se desarrolla la audiencia y de acuerdo a esta información definir el rumbo a seguir.



Sentimos además que es necesario que los estudiantes, durante su formación, conozcan la diferencia entre un artista y un diseñador, ya que esto luego en el momento de insertarse en el campo laboral genera confusiones, creemos que una mejor definición sobre la profesión permitiría defenderla con argumentos más claros y darle el valor que merece frente a otros profesionales, dejando en claro que el no involucrar gustos personales para diseñar no supone el total abandono de el estilo personal de un diseñador.

Uno de los grandes vacíos que se detectan en la formación es la escasa formación en el campo de los medios interactivos, en el campo laboral actual los profesionales más remunerados son especialistas en el área del diseño web. Es importante que la escuela reconozca esta necesidad y le de prioridad para impartir cursos pertinentes a esta área del diseño. Es importante que se destine más de un año y un plan con aspectos más profundos para suplir esta necesidad.

Para concluir también reconocemos fortalezas en nuestra formación y una de ellas es la capacidad para justificar las propuestas ante un cliente, debido a que se nos enseñó que nuestros proyectos no deben surgir como parte de una “ocurrencia”, sino del desarrollo sólido y coherente que respalde el producto final. Esto ha formado parte de la importante labor de validación de la profesión ante otros profesionales y campo laboral mismo. Es importante mencionar aspectos igualmente valiosos como la historia del arte, investigación y otros conocimientos particulares adquiridos en el curso de especialidad que según nuestra experiencia han sido de mucha utilidad.

PERFIL DEL EGRESADO

Según lo investigado y los resultados de esta investigación, obtengamos entonces el siguiente perfil de egresado para la especialidad de Diseño Gráfico de la Escuela de Arte y Comunicación Visual.

El perfil profesional define el conjunto de competencias que debe poseer el egresado al finalizar la carrera. Tal como lo planteamos en páginas anteriores, en este estudio se retoma el perfil por áreas de interés formativo, propuesto por la Organización de Estados Iberoamericanos

A partir de lo anterior, denotamos la necesidad de considerar los siguientes rasgos





fundamentales en la formación de los estudiantes de la carrera:

- **Asumir al estudiantado como protagonista y actor principal del proceso formativo**
- **Abordar la formación profesional de manera integral a partir de los siguientes saberes:**
- **Saber conceptual básico:** conocimientos para incursionar en el campo disciplinario:
- **Comunicación (en donde el egresado debe ser capaz de saber como):**
 - Aplicar de técnicas de investigación.
 - Definir un problema.
 - Analizar y dar solución a problemas de comunicación visual.
 - Conocimiento y aplicación de las teorías de comunicación visual.
 - Generar objetivos generales y específicos.
 - Usar lenguaje visual efectivo según el requerimiento del mensaje
 - Esquematizar u organizar la información de forma clara y la jerarquización de la información según los componentes de un mensaje.
 - Utilizar la claridad estética para transmitir ciertos mensajes, es decir saber unir los conceptos plásticos en función de un mensaje.
 - Adecuar un mensaje a distintos medios publicitarios.

En cuanto al uso de mensajes no verbales el egresado debe estar facultado para:

- Conceptualizar, ordenar visualmente, presentar propuestas visuales, justificar propuestas visuales, y saber dar coherencia entre la justificación conceptual y el producto final
- **Manejo de equipos multidisciplinarios (el egresado debe estar facultado para):**
 - Aplicar técnicas de investigación
 - Coordinar el desarrollo de trabajo con otros profesionales de distintos ámbitos
 - Coordinar y desarrollar estrategias de trabajo (medios, metodología, procedimientos, objetivos, público meta, alcances)
 - Conocer de mercadeo y estrategias publicitarias
 - Saber de gráfica editorial para conocer como diagramar en periódicos,





revistas y libros, conocer sobre artes finales y pre-prensa, conocer de desarrollo web y conocer teorías de la información y usabilidad aplicables en web y conocer de edición de audio y video.

- Elaborar planes temporales para la estimación de costos personales en un proyecto (cotización).

- **Programación:**

- Conocer como elaborar presupuestos, solicitar cotizaciones, proyectar alcances, supervisar la producción.
- Proyectar alcances.

- **Medios:**

- Conocer sobre diversas calidades de papel e impresión en medios diferentes.
- Cómo prepara y editar imagenes de prensa y conocer formatos de impresión, pérdida o ganancia de punto.

- **Técnicas de evaluación (debe saber como):**

- Elaborar estrategias de monitoreo, elaboración de encuestas para evaluar el producto final o las necesidades para la creación del mismo, elaborar cuestionarios para conocer las exigencias del público meta, telemarketing, elaboración de reportes informativos y elaboración de gráficas informativas sobre los resultados de un producto.

- **Tecnologías (debe saber):**

- Conocer y saber utilizar herramientas básicas como: Ilustrador, Photoshop, Dreamweaver, Flash y Quarkxpress, Corel Draw, Freehand, Fireworks, After Effects, Cold Fusion y Indesign.

- **Desarrollo de estrategia (cómo abordar un problema):**

- Determinar de los objetivos para un proyecto o producto, estudio de alcance, contextos y mensajes.
- Determinar del canal adecuado para emitir la información sobre un producto o proyecto en particular, elegir el canal, estudio de alcance, contextos y mensajes, (TV, revista, diario, lámina mural, juego de video,





etc) y análisis de requerimientos para un proyecto en particular).

- **Visualización:**

- Saber como seleccionar los objetivos claros y el marcos de referencia para el desarrollo de un proyecto o producto
- Manejar el lenguaje visual para interpretar la información

- **Desarrollo de un anteproyecto (para este debe poseer):**

- El conocimiento para programar una solución dentro de los límites de presupuesto existentes

- **Presentación a un cliente:**

- Poseer conocimiento de la elaboración de una argumentación para la defensa de un proyecto.

- **Defensa de un anteproyecto:**

- Tener el conocimiento de la tecnología disponible para preparar un proyecto.

- ***La historia y la teoría del Arte y la Comunicación Visual***

- Conocer los diferentes momentos históricos, las técnicas y lo que se ha realizado en un pasado, para poder plantear soluciones en un futuro teniendo en cuenta la historia y lo que otras personas han descubierto, además de entender que ha sido un proceso que ha respondido a una necesidad en determinado momento.

- **Saber procedimental:**

- **Habilidades cognoscitivas**

- Expresión, organización, y clasificación de ideas, detección de problemas y análisis para darle una solución visual, organización y desarrollo de la capacidad investigadora, logro de la meta cognición; programar la solución dentro de límites presupuestarios existentes, establecer objetivos claros para el desarrollo de un proyecto, coherencia entre la justificación conceptual y el producto final, aplicación de teorías, visualización de la propuesta, conocimiento





del color y de la psicología del mismo.

- Organizar y administrar su propio trabajo y el de proyectos específicos, incluidas la presupuestación, la supervisión y evaluación del producto final.
- Coordinar grupos de especialistas en distintas profesiones, y de interactuar con éstos
- Argumentar y defender una propuesta de trabajo ante un cliente.
- **Habilidades técnicas:**
 - Elaboración de diagnósticos, propuestas e informes, resolución de problemas, desarrollo de procedimientos, estrategias, métodos; construcción de herramientas, aplicación de innovaciones.
 - Manejo de diferentes herramientas para dar soluciones a diferentes propuestas.
 - Aplicar conocimientos de diseño a la solución de problemas específicos.
 - Observar, interpretar y modelar los procesos de los proyectos
 - Creatividad para la solución de problemas.
 - Programar, manejar y operar equipo de cómputo
 - Expresarse correcta y eficazmente, de forma oral, escrita y gráfica.
- **Saber actitudinal:**
 - Ejercer la profesión responsablemente, atendiendo a los principios y valores éticos que obligan a la probidad y honestidad.
 - Adaptarse a los cambios de las condiciones de vida y de trabajo propios de la profesión.
 - Asumir la necesidad de una actualización y superación constante.
 - Participar y colaborar en equipos de trabajo.
 - Atender los problemas de los proyectos con una visión comprensiva de los fenómenos sociales.
 - Tener la disposición de promover y participar en el proceso educativo de los actores sociales que participan en el proceso de trabajo.
 - Buscar la optimización del uso de los recursos humanos y materiales.





- Tener la disposición para colaborar y participar en grupos multidisciplinarios.
- Mantenerse al tanto de los avances tecnológicos, la regulación y la normatividad en su esfera de acción.
- Tener la disposición y el compromiso de educar a sus clientes de una forma respetuosa y profesional, con argumentos que justifiquen su propuesta.
- Criticidad para construir diferentes propuestas teniendo en cuenta el entorno, y referirse al trabajo de otros profesionales de una manera respetuosa y profesional.
- Contar con los suficientes argumentos para defender su trabajo cuando crea que es necesario.
- Capacidad para autoanalizarse como profesional y valorar siempre si su trabajo tiene pertinencia con el mensaje que desea transmitir o se aleja del objetivo y público meta.
- Contar con la capacidad para escuchar y aceptar las opiniones de los demás, de una manera profesional, aunque no siempre esté de acuerdo con lo que se dice de su trabajo.

Este estudio plantea nuevas perspectivas acerca de la profesión de un diseñador gráfico, y requeriría que haya consenso en la unidad académica, para retomar las sugerencias que se plantean; las necesidades particulares que demanda la especialidad para mejorar la formación de los profesionales.

5.1 LIMITACIONES

1. No pudo ser posible localizar a todos los egresados para realizarles la entrevista. En este sentido se sugiere que la unidad académica mantenga los registros de información de los estudiantes y egresados actualizados.
2. No fue posible contactar a todos los profesores de la especialidad de diseño gráfico para que nos brindaran sus observaciones sobre la escuela y las necesidades particulares de un diseñador, dadas las obligaciones de los docentes. En este sentido la unidad académica debe concientizar a los profesores de la importancia de brindar información a los estudiantes.
3. La falta de conocimiento acerca del tema de curriculum la hemos considerado





como una limitante, no obstante, las lecturas, el trabajo con los instrumentos nos han permitido acercarnos al tema de la pertinencia de la carrera. Consideramos que es necesario ahondar más, para proponer una reforma integral al plan de estudios.

5.2 Bibliografía

Libros y revistas:

1. Barrantes Echevarria, R. Investigación. Un camino al conocimiento. San José- Costa Rica: EUNED, 1999
2. Cedeño Suárez María Agustina, Quesada Solano María Eugenia, Zamora Calvo José Manuel, Diseño Curricular en los planes de estudios: aspectos teóricos y guía metodológica. Heredia Costa Rica, Editorial EUNA, 2001.
3. Escuela de Arte y Comunicación Visual. Plan de Estudio: Licenciatura en Arte y Comunicación Visual 1999-2004. Universidad Nacional, Facultad CIDEA, Heredia, Costa Rica.
4. Fernández Enguita, Mariano. Educar en tiempos inciertos. Madrid: Ediciones Morata, 2001.
5. Frascara Jorge. Diseño Gráfico y Comunicación. Editorial Infinito, Buenos Aires 1994.
6. J.P. Goetz y M.D. Lecompte. Etnografía y diseño cualitativo en investigación educativa. Madrid. Morata 1988.
7. Puertas César, Diccionario de Diseño Gráfico (Pág. 17)
8. Torres Santomé Jurjo. El curriculum oculto. Madrid. Ediciones Morata, 1991. (6ª edic., 1998).
9. Tylor, S. y Bodgan. Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Ed. Paidos, Barcelona. R. 1992 p.29-32.

Internet:

1. Autor y año desconocido. Generalitat Valenciana. Definición de perfil profesional. Recuperado de: www.recursosees.uji.es/fichas/fc12.pdf
2. Autor y año desconocido. Generalitat Valenciana. Definición de plan de





- estudios. Recuperado de: www.recursosees.uji.es/fichas/fc13.pdf
3. Chaves Norberto | Cherny Rubén | Costa Joan | Salcedo Jacinto entre otros. Mes y año desconocido. <http://foroalfa.org>. El diseño ¿es arte? Recuperado de: http://www.foroalfa.com/D.php/El_diseno_es_arte/3
 4. Costa Johan. 23/10/2005. <http://foroalfa.org>. La eterna e inútil discusión. Recuperado de: http://www.foroalfa.org/A.php/La_eterna_e_inutil_discusion/15
 5. Glaser Milton. 05/03/2007. <http://foroalfa.org>. Lo que un diseñador debe ser. Recuperado de: <http://www.foroalfa.com/Au.php/Glaser/57>
 6. Leiro Reinaldo. 11/03/2006. <http://foroalfa.org>. Lo específico del diseño. Recuperado de: http://www.foroalfa.com/A.php/Lo_especifico_del_diseno/27
 7. Lorite Fonta Juan Miguel. Madrid 26/05/2006. <http://foroalfa.org>. La obra de arte como objeto diseñado. Recuperado de: http://www.foroalfa.com/A.php/La_obra_de_arte_como_objeto_disenado/39
 8. Moreno Luciano. 29/03/2003. Desarrollo web.com y HTMLWeb.com. Una aproximación al diseño gráfico en general, con una descripción de los elementos que componen habitualmente un diseño y las características principales que podemos encontrar en ellos. Recuperado de: <http://www.desarrolloweb.com/articulos/1277.php>
 9. Nombre año y título desconocido. Recuperado de: <http://www.unostiposduros.com/paginas/articul6.html>





Lista de Cotejo realizado al Plan de Estudios de 1999 al 2004 de la Escuela de Arte y Comunicación Visual:

<i>ENUNCIADOS</i>	<i>FRECUENCIA</i>			<i>TIPO DE CONOCIMIENTO</i>		<i>PLAN DE LA EACV</i>
	<i>+</i>	<i>-</i>	<i>+ ó -</i>	<i>OPERA</i>	<i>PROF</i>	<i>COMO APARECE EN LA EACV</i>
1.COMUNICACIÓN						
Conocimiento de teorías de comunicación.						
Capacidad para definir un problema						
Capacidad para generar objetivos generales y específicos sobre un problema en particular						
Conocimientos diseño de estrategia de comunicación						
Maquetación, proyección y realización de una propuesta visual.						
Análisis para solucionar de problemas de comunicación						
Uso de un lenguaje visual efectivo según el requerimiento del mensaje.						
Utilización de la calidad estética en función de la comunicación y el mensaje a transmitir.						
Esquematización de la información (saber organizar la información)						
Jerarquización de la información según componentes de un mensaje						
Claridad de representación de una figura. (Legibilidad)						
Capacidad de síntesis de una imagen o idea						
Capacidad para la adecuación de un mensaje a distintos medio publicitarios o de comunicación.						
USO DE MENSAJES NO VERBALES						
Conceptualización						
Ordenamiento visual						
Presentación de propuestas visuales						
Justificación de propuestas visuales						
Coherencia entre la justificación conceptual y el producto final						
LENGUAJE VISUAL						
Uso de elementos visuales en función de un mensaje determinado						
Conocimiento y aplicación de teorías visuales y percepción visual						

[illegible]

<i>ENUNCIADOS</i>	<i>FRECUENCIA</i>			<i>TIPO DE CONOCIMIENTO</i>		<i>PLAN DE LA EACV</i>
<i>SEGÚN FRASCARA</i>	<i>+</i>	<i>-</i>	<i>+ ó -</i>	<i>OPERA</i>	<i>PROF</i>	<i>COMO APARECE EN LA EACV</i>
Conocimiento de elaboración de presupuestos						
Preparación de cotizaciones						
Solicitud de cotizaciones						
Supervisión de producción						
Proyección de alcances						
4. MEDIOS						
TV						
Edición de imágenes						
Preparación de guiones						
Preparación de storyboards						
Edición de video						
Posibilidades tecnológicas (conocimiento sobre el alcance técnico que alcanzan distintos medios o herramientas)						
RADIO						
Preparación de textos o guiones, para cuñas radiales.						
Edición de sonido y video.						
Conocimiento de registro de audio y video.						
PRENSA						
Separación del color						
Preparación y edición de imagen						
Conocimiento de formatos de impresión.						
Conocimiento de ganancia o pérdida de punto						
Conocimiento sobre calidades de papel, e impresiones sobre otros materiales.						
VALLAS Y MOPIES						
Preparación y edición de imagen						
Conocimiento de materiales						
Conocimiento sobre amperaje y seguros o requerimientos para la colocación de este tipo de publicidad						
5. TECNICAS DE EVALUACIÓN						
Elaboración de estrategias de monitoreo						
Elaboración de encuestas para evaluar el producto final o las necesidades para la creación del mismo.						
Elaboración de cuestionarios para conocer las exigencias del público meta.						

ENUNCIADOS	FRECUENCIA			TIPO DE CONOCIMIENTO		PLAN DE LA EACV
SEGÚN FRASCARA	+	-	+ ó -	OPERA	PROF	COMO APARECE EN LA EACV
Conocimiento de telemercadeo.						
Elaboración de reportes informativos						
Elaboración de gráficas informativas sobre los resultados de un producto.						
6. TECNOLOGÍA						
Ilustrador						
Photoshop						
Corel Draw						
Freehand						
Fireworks						
After Effects						
Dreamweaver						
Flash						
Cold Fusion						
Indesign						
Quarkxpress						
Conocimiento de terminologías de extensiones de archivos (.doc,.tiff, .aiff,.ai,.pdf, .psd, .mov)						
Conocimiento de tecnologías, medios de impresión, programas de edición de audio y video.						
Conocimiento de aplicación de materiales						
7.DESARROLLO DE ESTRATEGIA						
Determinación de los objetivos para un proyecto o producto.						
Determinación de canal adecuado para emitir la información sobre un producto o proyecto en particular.						
Determinación de canal (TV, revista, diario, lámina mural, juego...)						
Estudio de alcance, contextos y mensajes						
Análisis de requerimientos para un proyecto en particular.						
8.VISUALIZACION						
Conocimiento para seleccionar los objetivos claros y marcos de referencia para el desarrollo de un proyecto o producto.						
Manejo del lenguaje visual para interpretar la información						
9. DESARROLLO DE UN ANTEPROYECTO						

<i>ENUNCIADOS</i>	<i>FRECUENCIA</i>			<i>TIPO DE CONOCIMIENTO</i>		<i>PLAN DE LA EACV</i>
<i>SEGÚN FRASCARA</i>	<i>+</i>	<i>-</i>	<i>+ ó -</i>	<i>OPERA</i>	<i>PROF</i>	<i>COMO APARECE EN LA EACV</i>
Conocimiento para programar una solución dentro de los límites de presupuesto existentes						
10.PRESENTACION A CLIENTE						
Conocimiento de la elaboración de una argumentación para la defensa de un proyecto						
11.ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCION						
Conocimiento de la tecnología disponible para preparar el proyecto.						

Análisis realizado a la lista de cotejo del Plan de Estudios 1999 al 2004 de la Escuela de Arte y Comunicación Visual:

Primer año

<i>ENUNCIADOS</i>	<i>FRECUENCIA</i>			<i>TIPO DE CONOCIMIENTO</i>		<i>PLAN DE LA EACV</i>
<i>SEGÚN FRASCARA</i>	<i>+</i>	<i>-</i>	<i>+ ó -</i>	<i>OPERA</i>	<i>PROF</i>	<i>COMO APARECE EN LA EACV</i>
1.COMUNICACIÓN						
Conocimiento de teorías de comunicación.		-				
Capacidad para definir un problema	+				x	Busca que por medio de la investigación de algo concreto se logre desarrollar la capacidad del estudiante para definir un problema que generara un proyecto.
Capacidad para generar objetivos generales y específicos sobre un problema en particular		-				
Conocimientos diseño de estrategia de comunicación		-				
Maquetación, proyección y realización de comunic. visual.	+				x	En investigación se busca que el estudiante lleve acabo ejercicios prácticos sobre los conceptos que se están estudiando.
Resolución de problemas de comunicación		-				
Uso de un lenguaje adecuado según el requerimiento del mensaje		-				

ENUNCIADOS	FRECUENCIA			TIPO DE CONOCIMIENTO		PLAN DE LA EACV
SEGÚN FRASCARA	+	-	+ ó -	OPERA	PROF	COMO APARECE EN LA EACV
Utilización de la calidad estética en función de la comunicación y el mensaje a transmitir		-				
Esquematización de la información		-				
Ordenamiento de secuencias comunicacionales con claridad (anuncios, horarios, programas etc.)			/		x	En investigación se le comenzaba a dar al estudiante los primeros elementos de comunicación.
Jerarquización de la información según componentes de un mensaje		-				
Claridad de representación de una figura	+				x	En proyectos se comienzan a dar los primeros ejercicios básicos de observación y representación gráfica.
Capacidad de síntesis de una imagen o idea	+				x	
Capacidad para la adecuación de un mensaje a distintos medio publicitarios o de comunicación			/		x	En proyectos se da un proceso de búsqueda del lenguaje visual de cada estudiante a partir de situaciones concretas de su entorno inmediato.
USO DE MENSAJES NO VERBALES						
Conceptualización	+				x	El estudiante desde un principio se le educa para que
Ordenamiento visual	+				x	
Presentación de propuestas visuales	+			x	x	
Justificación de propuestas visuales	+				x	
Coherencia entre la justificación conceptual y el producto final	+			x	x	
LENGUAJE VISUAL						
Uso de elementos visuales en función de un mensaje determinado			/		x	En investigación y proyectos los ejercicios sobre elementos visuales son una herramienta en principio para acercar al estudiante en su utilización como tal pero, sin entrar en principio a su utilización como un elemento en función de crear un mensaje determinado.
Conocimiento y aplicación de teorías visuales y percepción visual	+				x	En investigación y proyectos se da el primer acercamiento a las teorías visuales y de percepción visual, ya que el estudiante realiza ejercicios prácticos sobre la aplicación de las mismas.
Conocimiento y aplicación de las teorías del color			/		x	
Conocimiento y aplicación de la psicología del color		-				

<i>ENUNCIADOS</i>	<i>FRECUENCIA</i>			<i>TIPO DE CONOCIMIENTO</i>		<i>PLAN DE LA EACV</i>
<i>SEGÚN FRASCARA</i>	+	-	+ ó -	OPERA	PROF	<i>COMO APARECE EN LA EACV</i>
Conocimiento y aplicación de leyes ópticas		-				
2. MANEJO DE EQUIPOS MULTI-DISCIPLINARIOS						
Conocimiento sobre estrategias de liderazgo		-				
Conocimiento de aplicación de técnicas de investigación		-				
Visualización de proyectos	+				x	El estudiante realiza ejercicios teórico-prácticos que le permiten el conocimiento básico para saber que es lo que busca y como se va a llevar acabo el trabajo.
Coordinación del desarrollo de trabajo	+				x	
Elaboraciones de planes temporales para la estimación de costos personales en un proyecto		-				
Coordinación y desarrollo de estrategias de trabajo (medios, metodología, procedimientos, objetivos, público meta, alcances)		-				
Conocimiento de fotografía		-				
Conocimiento de leguajes de programación		-				
Conocimiento de plataformas de sistemas		-				
Conocimiento de ilustración			/		x	En proyectos e investigación se dan los primeros acercamientos a ilustración manual, por medio de los proyectos gráficos de los elementos de la comunicación visual que se están estudiando en ese momento.
Conocimiento de caligrafía y tipografía		-				
Conocimiento de dibujo técnico	+				x	En el taller de diseño ambiental se dan los primeros pasos de la técnica y el manejo de la técnica.
Conocimiento de mercadeo y estrategias publicitarias		-				
Conocimiento de medios		-				
Conocimiento de artes finales y pre prensa		-				
Conocimiento de grafica editorial		-				
Conocimiento de edición de audio y video		-				
Conocimiento de desarrollo web		-				

<i>ENUNCIADOS</i>	<i>FRECUENCIA</i>			<i>TIPO DE CONOCIMIENTO</i>		<i>PLAN DE LA EACV</i>
<i>SEGÚN FRASCARA</i>	+	-	+ ó -	OPERA	PROF	<i>COMO APARECE EN LA EACV</i>
Conocimiento de teorías de la información y usabilidad web		-				
Conocimiento de estrategia y maquetación de proyectos digitales		-				
Conocimiento de lenguajes de programación		-				
Conocimiento de materiales	+				x	En los talleres de técnicas en proyecto y investigación se dan las primeras aproximaciones al conocimiento de los materiales que se utilizaran en los proyectos por realizar y cuales son los mas aptos para realizar un proyecto x.
3. PROGRAMACIÓN DE PRODUCCION						
Conocimiento de elaboración de presupuestos		-				
Preparación de cotizaciones		-				
Solicitud de cotizaciones		-				
Supervisión de producción		-				
Proyección de alcances		-				
4. MEDIOS						
TV						
Edición de imágenes		-				
Preparación de guiones		-				
Preparación de storyboards		-				
Edición de video		-				
Posibilidades tecnológicas		-				
RADIO						
Preparación de textos		-				
Edición de sonido		-				
Conocimiento de grabación		-				
PRENSA						
Separación del color		-				
Preparación y edición de imagen		-				
Conocimiento de formatos		-				
Conocimiento de ganancia o pérdida de punto		-				
Conocimiento sobre calidades de papel	+				x	En los talleres de técnicas en proyecto e investigación se dan las primeras aproximaciones al conocimiento de los materiales que se utilizaran en los proyectos por realizar.

<i>ENUNCIADOS</i>	<i>FRECUENCIA</i>			<i>TIPO DE CONOCIMIENTO</i>		<i>PLAN DE LA EACV</i>
<i>SEGÚN FRASCARA</i>	+	-	+ ó -	OPERA	PROF	<i>COMO APARECE EN LA EACV</i>
VALLAS Y MOPIES						
Preparación y edición de imagen		-				
Conocimiento de materiales		-				
Conocimiento sobre amperaje y seguros o requerimientos para la colocación de este tiempo de publicidad		-				
5. TECNICAS DE EVALUACIÓN-						
Elaboración de estrategias de monitoreo		-				
Elaboración de encuestas		-				
Elaboración de cuestionarios		-				
Conocimiento de telemarketing		-				
Elaboración de reportes informativos		-				
Elaboración de graficas informativas sobre resultados		-				
6. TECNOLOGÍA						
Ilustrador		-				
Photoshop		-				
Corel draw		-				
Freehand		-				
Fireworks		-				
After effects		-				
Dreamweaver		-				
Flash		-				
Cold fusion		-				
Indesign		-				
Quarkxpress		-				
Conocimiento de terminologías de extensiones de archivos (.doc,.tiff, .aiff, .ai,.pdf, .psd, .mov)		-				
Conocimiento de tecnologías y medios de impresión		-				
Conocimiento de aplicación de materiales	+				x	En los talleres se dan las primeras aproximaciones al conocimiento de las diferentes técnicas y sus materiales.
7.DESARROLLO DE ESTRATEGIA						
Determinación de los objetivos		-				
Determinación de canal		-				
Determinación de canal (TV, revista, diario, lámina mural, juego...)		-				

<i>ENUNCIADOS</i>	<i>FRECUENCIA</i>			<i>TIPO DE CONOCIMIENTO</i>		<i>PLAN DE LA EACV</i>
<i>SEGÚN FRASCARA</i>	+	-	+ ó -	OPERA	PROF	<i>COMO APARECE EN LA EACV</i>
Estudio de alcance, contextos y mensajes		-				
Análisis de requerimientos y sus interacciones		-				
8.VISUALIZACION						
Conocimiento para seleccionar los objetivos claros y marcos de referencia para el desarrollo de un proyecto		-				
Manejo del lenguaje visual para poder interpretar la información		-				
9. DESARROLLO DE UN ANTEPROYECTO						
Conocimiento para programar una solución dentro de los límites de presupuesto existentes			/		x	El estudiante consta de ciertos electos de trabajo los cuales tiene que ajustar a las necesidades del presupuesto tanto económico como de los materiales permitidos en el curso.
10.PRESENTACION A CLIENTE						
Conocimiento de la elaboración de una argumentación del proyecto	+				x	Se educa al estudiante a no solo elaborar un proyecto sino también a darle una justificación y argumentación de porque el proyecto se elabora de tal manera para que no solo se vea de que es una realización espontánea sino que es algo que se a estudiado con anterioridad.
11.ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCION						
Conocimiento de la tecnología disponible para preparar el proyecto.		-				

SEGUNDO AÑO

<i>ENUNCIADOS</i>	<i>FRECUENCIA</i>			<i>TIPO DE CONOCIMIENTO</i>		<i>PLAN DE LA EACV</i>
<i>SEGÚN FRASCARA</i>	+	-	+ ó -	OPERA	PROF	<i>COMO APARECE EN LA EACV</i>
1.COMUNICACIÓN						
Conocimiento de teorías de comunicación.		-				
Capacidad para definir un problema	+				x	Busca que por medio de la investigación de algo concreto se logre desarrollar la capacidad del estudiante para definir un problema que generara un proyecto.

ENUNCIADOS	FRECUENCIA			TIPO DE CONOCIMIENTO		PLAN DE LA EACV
SEGÚN FRASCARA	+	-	+ ó -	OPERA	PROF	COMO APARECE EN LA EACV
Capacidad para generar objetivos generales y específicos sobre un problema en particular		-				
Conocimientos diseño de estrategia de comunicación		-				
Maquetación, proyección y realización de comunic visual.	+				x	En investigación y proyectos de segundo año continúa buscando que el estudiante lleve acabo ejercicios prácticos sobre los conceptos que se están estudiando.
Resolución de problemas de comunicación		-				
Uso de un lenguaje adecuado según el requerimiento del mensaje		-				
Utilización de la calidad estética en función de la comunicación y el mensaje a transmitir	+				x	En proyectos se dan teorías sobre la aplicación de conocimientos básicos de la comunicación visual.
Esquematización de la información		-				
Ordenamiento de secuencias comunicacionales con claridad (anuncios, horarios, programas etc.)			/		x	
Jerarquización de la información según componentes de un mensaje		-				
Claridad de representación de una figura	+				x	En proyectos se comienzan a dar los primeros ejercicios básicos de observación y representación grafica.
Capacidad de síntesis de una imagen o idea	+				x	
Capacidad para la adecuación de un mensaje a distintos medio publicitarios o de comunicación	+				x	
USO DE MENSAJES NO VERBALES						
Conceptualización	+				x	En proyectos se realiza procesos y propuesta a partir de realidades físicas concretas que el estudiante selecciona según sus intereses personales.
Ordenamiento visual	+				x	
Presentación de propuestas visuales	+				x	
Justificación de propuestas visuales	+				x	
Coherencia entre la justificación conceptual y el producto final	+			x	x	En proyectos se realiza procesos y propuesta a partir de realidades físicas concretas que el estudiante selecciona según sus intereses personales.
LENGUAJE VISUAL						
Uso de elementos visuales en función de un mensaje determinado	+				x	
Conocimiento y aplicación de teorías visuales y percepción visual	+				x	

ENUNCIADOS	FRECUENCIA			TIPO DE CONOCIMIENTO		PLAN DE LA EACV
SEGÚN FRASCARA	+	-	+ ó -	OPERA	PROF	COMO APARECE EN LA EACV
Conocimiento y aplicación de las teorías del color	+				x	En proyectos se realiza procesos y propuesta a partir de realidades físicas concretas que el estudiante selecciona según sus intereses personales.
Conocimiento y aplicación de la psicología del color	+				x	
Conocimiento y aplicación de leyes ópticas			/		x	
2. MANEJO DE EQUIPOS MULTI-DISCIPLINARIOS						
Conocimiento sobre estrategias de liderazgo		-				
Conocimiento de aplicación de técnicas de investigación		-				
Visualización de proyectos	+				x	En proyectos se realiza procesos y propuesta a partir de realidades físicas concretas que el estudiante selecciona según sus intereses personales.
Coordinación del desarrollo de trabajo	+				x	
Elaboraciones de planes temporales para la estimación de costos personales en un proyecto			/		x	
Coordinación y desarrollo de estrategias de trabajo (medios, metodología, procedimientos, objetivos, público meta, alcances)		-				
Conocimiento de fotografía	+				x	El primer acercamiento a la fotografía se da en el curso de investigación.
Conocimiento de lenguajes de programación		-				
Conocimiento de plataformas de sistemas		-				
Conocimiento de ilustración	+				x	En proyectos e investigación se realizan proyectos gráficos de los elementos de la comunicación visual que se están estudiando en ese momento.
Conocimiento de caligrafía y tipografía		-				
Conocimiento de dibujo técnico	+				x	Se continúa con el trabajo del primer acercamiento al dibujo técnico por medio del curso de diseño ambiental.
Conocimiento de mercadeo y estrategias publicitarias		-				
Conocimiento de medios		-				
Conocimiento de artes finales y pre-prensa		-				
Conocimiento de grafica editorial		-				

ENUNCIADOS	FRECUENCIA			TIPO DE CONOCIMIENTO		PLAN DE LA EACV
SEGÚN FRASCARA	+	-	+ ó -	OPERA	PROF	COMO APARECE EN LA EACV
Conocimiento de edición de audio y video		-				
Conocimiento de desarrollo web		-				
Conocimiento de teorías de la información y usabilidad web		-				
Conocimiento de estrategia y maquetación de proyectos digitales		-				
Conocimiento de lenguajes de programación		-				
Conocimiento de materiales	+			x	x	En los talleres de técnicas en proyecto y investigación se continúa con el conocimiento de los materiales que se utilizarán en los proyectos por realizar y cuales son los mas aptos para realizar un proyecto x.
3. PROGRAMACIÓN DE PRODUCCIÓN						
Conocimiento de elaboración de presupuestos		-				
Preparación de cotizaciones		-				
Solicitud de cotizaciones		-				
Supervisión de producción		-				
Proyección de alcances			/		x	
4. MEDIOS						
TV						
Edición de imágenes			/	x	x	En investigación se de una manera muy básica para la realización de proyectos determinados para la utilización de ese medio.
Preparación de guiones		-				
Preparación de storyboards		-				
Edición de video		-				
Posibilidades tecnológicas		-				
RADIO						
Preparación de textos		-				
Edición de sonido		-				
Conocimiento de grabación		-				
PRENSA						
Separación del color		-				
Preparación y edición de imagen		-				

ENUNCIADOS	FRECUENCIA			TIPO DE CONOCIMIENTO		PLAN DE LA EACV
SEGÚN FRASCARA	+	-	+ ó -	OPERA	PROF	COMO APARECE EN LA EACV
Conocimiento de formatos			/		x	En investigación, proyectos y técnicas se comienza a introducir sobre los formatos para las presentaciones de los trabajos.
Conocimiento de ganancia o pérdida de punto		-				
Conocimiento sobre calidades de papel	+				x	En investigación, proyectos y técnicas se comienza a introducir sobre las calidades del papel y como están será dependiendo del trabajo que se realice.
VALLAS Y MOPIES						
Preparación y edición de imagen		-				
Conocimiento de materiales		-				
Conocimiento sobre amperaje y seguros o requerimientos para la colocación de este tiempo de publicidad		-				
5. TECNICAS DE EVALUACIÓN						
Elaboración de estrategias de monitoreo		-				
Elaboración de encuestas		-				
Elaboración de cuestionarios		-				
Conocimiento de telemercadeo		-				
Elaboración de reportes informativos		-				
Elaboración de graficas informativas sobre resultados		-				
6. TECNOLOGÍA						
Ilustrador		-				
Photoshop		-				
Corel draw		-				
Freehand		-				
Fireworks		-				
After effects		-				
Dreamweaver		-				
Flash		-				
Cold fusion		-				
Indesign		-				
Quarkxpress		-				
Conocimiento de terminologías de extensiones de archivos (.doc,.tiff, .aiff, .ai,.pdf, .psd, .mov)		-				

ENUNCIADOS	FRECUENCIA			TIPO DE CONOCIMIENTO		PLAN DE LA EACV
SEGÚN FRASCARA	+	-	+ ó -	OPERA	PROF	COMO APARECE EN LA EACV
Conocimiento de teorías de comunicación.	+				x	En proyectos se realizan un trabajo en el cual el estudiante tiene que definir y desarrollar la propuesta. Acabado de la propuesta. Montaje y defensa de la misma.
Capacidad para definir un problema	+				x	
Capacidad para generar objetivos generales y específicos sobre un problema en particular	+				x	
Conocimientos diseño de estrategia de comunicación	+				x	
Maquetación, proyección y realización de comunic visual.	+				x	
Resolución de problemas de comunicación	+				x	
Uso de un lenguaje adecuado según el requerimiento del mensaje	+				x	
Utilización de la calidad estética en función de la comunicación y el mensaje a transmitir	+				x	
Esquematización de la información			/		x	
Ordenamiento de secuencias comunicacionales con claridad (anuncios, horarios, programas etc.)			/		x	
Jerarquización de la información según componentes de un mensaje	+				x	
Claridad de representación de una figura	+				x	
Capacidad de síntesis de una imagen o idea	+				x	
Capacidad para la adecuación de un mensaje a distintos medio publicitarios o de comunicación		-				
USO DE MENSAJES NO VERBALES						
Conceptualización	+				x	En proyectos se realizan un trabajo en el cual el estudiante tiene que definir y desarrollar la propuesta. Acabado de la propuesta. Montaje y defensa de la misma.
Ordenamiento visual	+				x	
Presentación de propuestas visuales	+			x		
Justificación de propuestas visuales	+			x	x	
Coherencia entre la justificación conceptual y el producto final	+				x	
LENGUAJE VISUAL						
Uso de elementos visuales en función de un mensaje determinado	+				x	En la especialidad se teorizara sobre particularidades y características de las técnicas.
Conocimiento y aplicación de teorías visuales y percepción visual	+				x	
Conocimiento y aplicación de las teorías del color	+				x	

ENUNCIADOS	FRECUENCIA			TIPO DE CONOCIMIENTO		PLAN DE LA EACV
SEGÚN FRASCARA	+	-	+ ó -	OPERA	PROF	COMO APARECE EN LA EACV
Conocimiento y aplicación de la psicología del color	+				x	En la especialidad se teorizara sobre particularidades y características de las técnicas.
Conocimiento y aplicación de leyes ópticas	+				x	
2. MANEJO DE EQUIPOS MULTI-DISCIPLIARIOS						
Conocimiento sobre estrategias de liderazgo		-				
Conocimiento de aplicación de técnicas de investigación			/		x	Definición y desarrollo de la propuesta de un proyecto específico de alguna institución o empresa del país
Visualización de proyectos	+				x	
Coordinación del desarrollo de trabajo	+			x	x	
Elaboraciones de planes temporales para la estimación de costos personales en un proyecto		-				
Coordinación y desarrollo de estrategias de trabajo (medios, metodología, procedimientos, objetivos, público meta, alcances)	+				x	Definición y desarrollo de la propuesta de un proyecto específico de alguna institución o empresa del país
Conocimiento de fotografía	+			x		En la especialidad se comienza a dar las primeras herramientas en el manejo de la técnica en blanco y negro
Conocimiento de lenguajes de programación		-				
Conocimiento de plataformas de sistemas	+			x		
Conocimiento de ilustración	+			x		Se realizan ejercicios en las diferentes técnicas de ilustración manual y en forma básica en lo que es digital.
Conocimiento de caligrafía y tipografía	+			x		Se realizan las primeras aproximaciones por medio de ejercicios para que el estudiante vaya conociendo como es que se desarrollan.
Conocimiento de dibujo técnico	+			x		
Conocimiento de mercadeo y estrategias publicitarias		-				
Conocimiento de medios			/	x		
Conocimiento de artes finales y pre prensa		-				
Conocimiento de grafica editorial		-				
Conocimiento de edición de audio y video		-				
Conocimiento de desarrollo web		-				

ENUNCIADOS	FRECUENCIA			TIPO DE CONOCIMIENTO		PLAN DE LA EACV
SEGÚN FRASCARA	+	-	+ ó -	OPERA	PROF	COMO APARECE EN LA EACV
Conocimiento de teorías de la información y usabilidad web		-				
Conocimiento de estrategia y maquetación de proyectos digitales		-				
Conocimiento de lenguajes de programación		-				
Conocimiento de materiales	+				x	Se profundiza en la adquisición de conocimiento, habilidades y destrezas en el manejo de materiales.
3. PROGRAMACIÓN DE PRODUCCION						
Conocimiento de elaboración de presupuestos		-				
Preparación de cotizaciones		-				
Solicitud de cotizaciones		-				
Supervisión de producción		-				
Proyección de alcances		-				
4. MEDIOS						
TV						
Edición de imágenes		-				
Preparación de guiones		-				
Preparación de storyboards		-				
Edición de video		-				
Posibilidades tecnológicas		-				
RADIO						
Preparación de textos		-				
Edición de sonido		-				
Conocimiento de grabación		-				
PRENSA						
Separación del color		-				
Preparación y edición de imagen		-				
Conocimiento de formatos	+			x		Se profundiza en la adquisición de conocimiento, habilidades y destrezas en el manejo de materiales.
Conocimiento de ganancia o pérdida de punto		-				
Conocimiento sobre calidades de papel	+			x		Se profundiza en la adquisición de conocimiento, habilidades y destrezas en el manejo de materiales.
VALLAS Y MOPIES						
Preparación y edición de imagen		-				
Conocimiento de materiales		-				

ENUNCIADOS	FRECUENCIA			TIPO DE CONOCIMIENTO		PLAN DE LA EACV
SEGÚN FRASCARA	+	-	+ ó -	OPERA	PROF	COMO APARECE EN LA EACV
Conocimiento sobre amperaje y seguros o requerimientos para la colocación de este tiempo de publicidad		-				
5. TECNICAS DE EVALUACIÓN						
Elaboración de estrategias de monitoreo		-				
Elaboración de encuestas		-				
Elaboración de cuestionarios		-				
Conocimiento de telemercadeo						
Elaboración de reportes informativos		-				
Elaboración de graficas informativas sobre resultados		-				
6. TECNOLOGÍA						
Ilustrador	+			x		Se desarrolla el conocimiento, la habilidad y las destrezas en el manejo de los programas de diseño.
Photoshop	+			x		
Corel draw		-				
Freehand		-				
Fireworks		-				
After effects						
Dreamweaver		-				
Flash		-				
Cold fusion						
Indesing		-				
Quarkxpress		-				
Conocimiento de terminologías de extensiones de archivos (.doc,.tiff, .aiff, .taiga,.ai,.pdf, .psd, .mov)	+			x		Se desarrolla el conocimiento, la habilidad y las destrezas en el manejo de los programas de diseño.
Conocimiento de tecnologías y medios de impresión			/	x		
Conocimiento de aplicación de materiales	+			x		Se desarrolla el conocimiento, la habilidad y las destrezas en el manejo de materiales.
7.DESARROLLO DE ESTRATEGIA						
Determinación de los objetivos	+				x	Proyectos es el medio para el apoyo teórico para la realización del proyecto.
Determinación de canal		-				
Determinación de canal (TV, revista, diario, lámina mural, juego...)		-				
Estudio de alcance, contextos y mensajes		-				

ENUNCIADOS	FRECUENCIA			TIPO DE CONOCIMIENTO		PLAN DE LA EACV
SEGÚN FRASCARA	+	-	+ ó -	OPERA	PROF	COMO APARECE EN LA EACV
Análisis de requerimientos y sus interacciones		-				
8.VISUALIZACIÓN						
Conocimiento para seleccionar los objetivos claros y marcos de referencia para el desarrollo de un proyecto	+				x	
Manejo del lenguaje visual para poder interpretar la información	+			x	x	
9. DESARROLLO DE UN ANTEPROYECTO						
Conocimiento para programar una solución dentro de los límites de presupuesto existentes		-				
10.PRESENTACIÓN A CLIENTE						
Conocimiento de la elaboración de una argumentación del proyecto	+				x	En proyectos será al apoyo para realizar la estructura del anteproyecto.
11.ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN						
Conocimiento de la tecnología disponible para preparar el proyecto.	+			x		En la especialidad se investiga sobre nuevos materiales y equipo

CUARTO AÑO

ENUNCIADOS	FRECUENCIA			TIPO DE CONOCIMIENTO		PLAN DE LA EACV
SEGÚN FRASCARA	+	-	+ ó -	OPERA	PROF	COMO APARECE EN LA EACV
1.COMUNICACIÓN						
Conocimiento de teorías de comunicación.	+				x	Investigación sera el apoyo para el proyecto de licenciatura, estructuración de la fundamentación teórica y sobre técnicas de investigación.
Capacidad para definir un problema	+				x	
Capacidad para generar objetivos generales y específicos sobre un problema en particular	+				x	
Conocimientos diseño de estrategia de comunicación	+				x	
Maquetación, proyección y realización de comunic visual.	+				x	
Resolución de problemas de comunicación	+				x	
Uso de un lenguaje adecuado según el requerimiento del mensaje	+				x	
Utilización de la calidad estética en función de la comunicación y el mensaje a transmitir	+				x	
Esquematización de la información	+				x	

ENUNCIADOS	FRECUENCIA			TIPO DE CONOCIMIENTO		PLAN DE LA EACV
SEGÚN FRASCARA	+	-	+ ó -	OPERA	PROF	COMO APARECE EN LA EACV
Ordenamiento de secuencias comunicacionales con claridad (anuncios, horarios, programas etc.)	+				x	Investigación sera el apoyo para el proyecto de licenciatura, estructuración de la fundamentación teórica y sobre técnicas de investigación.
Jerarquización de la información según componentes de un mensaje	+				x	
Claridad de representación de una figura	+				x	
Capacidad de síntesis de una imagen o idea	+				x	
Capacidad para la adecuación de un mensaje a distintos medio publicitarios o de comunicación		-				
USO DE MENSAJES NO VERBALES						
Conceptualización	+				x	En proyectos y en la práctica supervisada se realiza un trabajo en el cual el estudiante tiene que definir y desarrollar la propuesta. Acabado de la propuesta. Montaje y defensa de la misma.
Ordenamiento visual	+				x	
Presentación de propuestas visuales	+				x	
Justificación de propuestas visuales	+				x	
Coherencia entre la justificación conceptual y el producto final	+			x	x	
LENGUAJE VISUAL						
Uso de elementos visuales en función de un mensaje determinado	+				x	En la especialidad se teorizara sobre particularidades y características de las técnicas.
Conocimiento y aplicación de teorías visuales y percepción visual	+				x	
Conocimiento y aplicación de las teorías del color	+				x	
Conocimiento y aplicación de la psicología del color	+				x	
Conocimiento y aplicación de leyes ópticas	+				x	
2.MANEJO DE EQUIPOS MULTI-DISCIPLIANARIOS						
Conocimiento sobre estrategias de liderazgo		-				
Conocimiento de aplicación de técnicas de investigación	+				x	Definición y desarrollo de la propuesta de un proyecto específico de alguna institución o empresa del país
Visualización de proyectos	+				x	
Coordinación del desarrollo de trabajo		-				
Elaboraciones de planes temporales para la estimación de costos personales en un proyecto		-				
Coordinación y desarrollo de estrategias de trabajo (medios, metodología, procedimientos, objetivos, público meta, alcances)	+				x	Definición y desarrollo de la propuesta de un proyecto específico de alguna institución o empresa del país

ENUNCIADOS	FRECUENCIA			TIPO DE CONOCIMIENTO		PLAN DE LA EACV
SEGÚN FRASCARA	+	-	+ ó -	OPERA	PROF	COMO APARECE EN LA EACV
Conocimiento de fotografía	+				x	En la especialidad se comienza a dar las primeras herramientas en el manejo de la técnica a color.
Conocimiento de leguajes de programación		-				
Conocimiento de plataformas de sistemas	+			x		
Conocimiento de ilustración	+			x		Se realizan ejercicios en las diferentes técnicas de ilustración manual y en forma básica en lo que es digital.
Conocimiento de caligrafía y tipografía	+			x		Se realizan las primeras aproximaciones por medio de ejercicios para que el estudiante vaya conociendo como es que se desarrollan.
Conocimiento de dibujo técnico	+			x		Se profundiza en la adquisición de conocimiento, habilidades y destrezas en el manejo de materiales.
Conocimiento de mercadeo y estrategias publicitarias	+				x	
Conocimiento de medios	+			x		
Conocimiento de artes finales y pre prensa		-				
Conocimiento de grafica editorial	+			x	x	Se profundiza en la adquisición de conocimiento, habilidades y destrezas en el manejo de materiales.
Conocimiento de edición de audio y video		-				
Conocimiento de desarrollo web		-				
Conocimiento de teorías de la información y usabilidad web		-				
Conocimiento de estrategia y maquetación de proyectos digitales	+			x	x	Se profundiza en la adquisición de conocimiento, habilidades y destrezas en el manejo de materiales.
Conocimiento de lenguajes de programación		-				
Conocimiento de materiales	+				x	Se profundiza en la adquisición de conocimiento, habilidades y destrezas en el manejo de materiales.

ENUNCIADOS	FRECUENCIA			TIPO DE CONOCIMIENTO		PLAN DE LA EACV
SEGÚN FRASCARA	+	-	+ ó -	OPERA	PROF	COMO APARECE EN LA EACV
3. PROGRAMACIÓN DE PRODUCCION						
Conocimiento de elaboración de presupuestos		-				
Preparación de cotizaciones		-				
Solicitud de cotizaciones		-				
Supervisión de producción		-				
Proyección de alcances		-				
4. MEDIOS						
TV						
Edición de imágenes		-				
Preparación de guiones		-				
Preparación de storyboards		-				
Edición de video		-				
Posibilidades tecnológicas		-				
RADIO						
Preparación de textos		-				
Edición de sonido		-				
Conocimiento de grabación		-				
PRENSA						
Separación del color		-				
Preparación y edición de imagen	+			x		Se profundiza en la adquisición de conocimiento, habilidades y destrezas en el manejo de materiales.
Conocimiento de formatos	+			x		
Conocimiento de ganancia o pérdida de punto			/		x	
Conocimiento sobre calidades de papel	+				x	
VALLAS Y MOPIES						
Preparación y edición de imagen		-				
Conocimiento de materiales		-				
Conocimiento sobre amperaje y seguros o requerimientos para la colocación de este tiempo de publicidad		-				
5. TÉCNICAS DE EVALUACIÓN						
Elaboración de estrategias de monitoreo		-				
Elaboración de encuestas		-				
Elaboración de cuestionarios		-				
Conocimiento de telemercadeo		-				
Elaboración de reportes informativos		-				
Elaboración de graficas informativas sobre resultados		-				
6. TECNOLOGÍA						

ENUNCIADOS	FRECUENCIA			TIPO DE CONOCIMIENTO		PLAN DE LA EACV
SEGÚN FRASCARA	+	-	+ ó -	OPERA	PROF	COMO APARECE EN LA EACV
Ilustrador	+			x		Se desarrolla el conocimiento, la habilidad y las destrezas en el manejo de los programas de diseño.
Photoshop	+			x		
Corel draw	-					
Freehand	-					
Fireworks	-					
After effects	-					
Dreamweaver	-					
Flash	-					
Cold fusion	-					
Indesing	-					
Quarkxpress	+			x		Se desarrolla el conocimiento, la habilidad y las destrezas en el manejo de los programas de diseño.
Conocimiento de terminologías de extensiones de archivos (.doc,.tiff, .ai, .pdf, .psd, .mov)	+			x		
Conocimiento de tecnologías y medios de impresión	+			x	x	
Conocimiento de aplicación de materiales	+			x	x	
7.DESARROLLO DE ESTRATEGIA						
Determinación de los objetivos	+				x	En proyectos será al apoyo para realizar la estructura del anteproyecto de bachillerato.
Determinación de canal		-				
Determinación de canal (TV, revista, diario, lámina mural, juego...)		-				
Estudio de alcance, contextos y mensajes	+				x	En proyectos será al apoyo para realizar la estructura del anteproyecto de bachillerato.
Análisis de requerimientos y sus interacciones		-				
8.VISUALIZACIÓN						
Conocimiento para seleccionar los objetivos claros y marcos de referencia para el desarrollo de un proyecto	+				x	
Manejo del lenguaje visual para poder interpretar la información	+			x	x	
9. DESARROLLO DE UN ANTEPROYECTO						
Conocimiento para programar una solución dentro de los límites de presupuesto existentes		-				
10.PRESENTACIÓN A CLIENTE						

ENUNCIADOS	FRECUENCIA			TIPO DE CONOCIMIENTO		PLAN DE LA EACV
SEGÚN FRASCARA	+	-	+ ó -	OPERA	PROF	COMO APARECE EN LA EACV
Conocimiento de la elaboración de una argumentación del proyecto	+				x	En proyectos será al apoyo para realizar la estructura del anteproyecto.
11.ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN						
Conocimiento de la tecnología disponible para preparar el proyecto.	+				x	En la especialidad se investiga sobre nuevos materiales y equipo

QUINTO AÑO

ENUNCIADOS	FRECUENCIA			TIPO DE CONOCIMIENTO		PLAN DE LA EACV
SEGÚN FRASCARA	+	-	+ ó -	OPERA	PROF	COMO APARECE EN LA EACV
1.COMUNICACIÓN						
Conocimiento de teorías de comunicación.	+				x	Proyectos desarrollara la presentación y fundamentación de los proyectos de licenciatura, búsqueda, selección y maduración de las propuestas, la depuración del lenguaje visual, el montaje y defensa del proyecto.
Capacidad para definir un problema	+				x	
Capacidad para generar objetivos generales y específicos sobre un problema en particular	+				x	
Conocimientos diseño de estrategia de comunicación	+				x	
Maquetación, proyección y realización de comunic visual.	+				x	
Resolución de problemas de comunicación	+				x	
Uso de un lenguaje adecuado según el requerimiento del mensaje	+				x	
Utilización de la calidad estética en función de la comunicación y el mensaje a transmitir	+				x	
Esquematización de la información	+				x	
Ordenamiento de secuencias comunicacionales con claridad (anuncios, horarios, programas etc.)	+				x	
Jerarquización de la información según componentes de un mensaje	+				x	
Claridad de representación de una figura	+				x	
Capacidad de síntesis de una imagen o idea	+				x	

ENUNCIADOS	FRECUENCIA			TIPO DE CONOCIMIENTO		PLAN DE LA EACV
SEGÚN FRASCARA	+	-	+ ó -	OPERA	PROF	COMO APARECE EN LA EACV
Capacidad para la adecuación de un mensaje a distintos medio publicitarios o de comunicación		-				
USO DE MENSAJES NO VERBALES						
Conceptualización	+				x	Proyectos desarrollara la presentación y fundamentación de los proyectos de licenciatura, búsqueda, selección y maduración de las propuestas, la depuración del lenguaje visual, el montaje y defensa del proyecto.
Ordenamiento visual	+				x	
Presentación de propuestas visuales	+				x	
Justificación de propuestas visuales	+				x	
Coherencia entre la justificación conceptual y el producto final	+			x	x	
LENGUAJE VISUAL						
Uso de elementos visuales en función de un mensaje determinado	+				x	En la especialidad se teorizara sobre particularidades y características de las técnicas.
Conocimiento y aplicación de teorías visuales y percepción visual	+				x	
Conocimiento y aplicación de las teorías del color	+				x	
Conocimiento y aplicación de la psicología del color	+				x	
Conocimiento y aplicación de leyes ópticas	+				x	
2. MANEJO DE EQUIPOS MULTI-DISCIPLIANARIOS						
Conocimiento sobre estrategias de liderazgo		-				
Conocimiento de aplicación de técnicas de investigación	+				x	Proyectos desarrollara la presentación y fundamentación de los proyectos de licenciatura, búsqueda, selección y maduración de las propuestas, la depuración del lenguaje visual, el montaje y defensa del proyecto.
Visualización de proyectos	+				x	
Coordinación del desarrollo de trabajo		-				
Elaboraciones de planes temporales para la estimación de costos personales en un proyecto		-				
Coordinación y desarrollo de estrategias de trabajo (medios, metodología, procedimientos, objetivos, público meta, alcances)	+				x	Proyectos desarrollara la presentación y fundamentación de los proyectos de licenciatura, búsqueda, selección y maduración de las propuestas, la depuración del lenguaje visual, el montaje y defensa del proyecto.

[illegible]

ENUNCIADOS	FRECUENCIA			TIPO DE CONOCIMIENTO		PLAN DE LA EACV
SEGÚN FRASCARA	+	-	+ ó -	OPERA	PROF	COMO APARECE EN LA EACV
Edición de imágenes		-				
Preparación de guiones		-				
Preparación de storyboards		-				
Edición de video		-				
Posibilidades tecnológicas		-				
RADIO						
Preparación de textos		-				
Edición de sonido		-				
Conocimiento de grabación		-				
PRENSA						
Separación del color		-				
Preparación y edición de imagen	+			x		Se profundiza en la adquisición de conocimiento, habilidades y destrezas en el manejo de materiales.
Conocimiento de formatos	+			x		
Conocimiento de ganancia o pérdida de punto			/	x		
Conocimiento sobre calidades de papel	+			x		
VALLAS Y MOPIES						
Preparación y edición de imagen	-					
Conocimiento de materiales	-					
Conocimiento sobre amperaje y seguros o requerimientos para la colocación de este tiempo de publicidad	-					
5. TECNICAS DE EVALUACIÓN						
Elaboración de estrategias de monitoreo	-					
Elaboración de encuestas	-					
Elaboración de cuestionarios	-					
Conocimiento de telemercadeo	-					
Elaboración de reportes informativos	-					
Elaboración de graficas informativas sobre resultados	-					
6. TECNOLOGÍA						
Ilustrador	+			x		Se desarrolla el conocimiento, la habilidad y las destrezas en el manejo de los programas de diseño.
Photoshop	+			x		
Corel draw		-				
Freehand		-				
Fireworks		-				
After effects		-				

[illegible]

ENUNCIADOS	FRECUENCIA			TIPO DE CONOCIMIENTO		PLAN DE LA EACV
SEGÚN FRASCARA	+	-	+ ó -	OPERA	PROF	COMO APARECE EN LA EACV
Conocimiento de la elaboración de una argumentación del proyecto	+				x	En proyectos se realizan un trabajo en el cual el estudiante tiene que definir y desarrollar la propuesta. Acabado de la propuesta. Montaje y defensa de la misma.
11.ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN						
Conocimiento de la tecnología disponible para preparar el proyecto.	+				x	

Lista de cotejo realizado a los Egresados de Diseño Gráfico de la Escuela de Arte y Comunicación Visual:

ENUNCIADOS	FRECUENCIA			AÑO EN EL QUE SE DIO				
SEGÚN FRASCARA	+	-	+ ó -	I	II	III	IV	V
1.COMUNICACIÓN								
Conocimiento de teorías de comunicación.	2	1	5	1	3	4	4	2
Capacidad para definir un problema	3	1	4	1	3	5	5	4
Capacidad para generar objetivos generales y específicos sobre un problema en particular	4	1	3	2	3	6	5	3
Conocimientos diseño de estrategia de comunicación	1	3	4	X	X	4	4	4
Maquetación, proyección y realización de una propuesta visual.	2	1	5	1	3	4	6	4
Análisis para solucionar de problemas de comunicación	4	X	4	1	4	5	6	6
Uso de un lenguaje visual efectivo según el requerimiento del mensaje.	4	1	3	2	3	5	4	4
Utilización de la calidad estética en función de la comunicación y el mensaje a transmitir.	3	1	4	3	3	6	6	6
Esquematización de la información (saber organizar la información)	3	2	3	1	2	5	5	5
Jerarquización de la información según componentes de un mensaje	4	X	4	X	2	2	7	4
Claridad de representación de una figura. (Legibilidad)	6	X	2	2	5	8	7	7
Capacidad de síntesis de una imagen o idea	6	X	2	3	2	4	4	4
Capacidad para la adecuación de un mensaje a distintos medio publicitarios o de comunicación.	1	4	3	1	X	1	3	2
USO DE MENSAJES NO VERBALES								
Conceptualización	5	X	3	4	3	6	6	6
Ordenamiento visual	4	1	3	2	1	4	5	5
Presentación de propuestas visuales	6	X	2	4	3	5	6	5

ENUNCIADOS	FRECUENCIA			AÑO EN EL QUE SE DIO				
SEGÚN FRASCARA	+	-	+ ó -	I	II	III	IV	V
Justificación de propuestas visuales	6	X	2	1	5	6	6	6
Coherencia entre la justificación conceptual y el producto final	5	1	2	2	2	6	5	5
LENGUAJE VISUAL								
Uso de elementos visuales en función de un mensaje determinado	4	2	2	2	2	7	5	4
Conocimiento y aplicación de teorías visuales y percepción visual	5	1	2	1	3	5	5	5
Conocimiento y aplicación de las teorías del color.	5	X	3	6	4	5	4	4
Conocimiento y aplicación de la psicología del color	4	2	2	3	3	3	3	3
Conocimiento y aplicación de leyes ópticas	6	1	1	X	1	6	4	4
2. MANEJO DE EQUIPOS MULTI-DISCIPLINARIOS								
Conocimiento sobre estrategias de liderazgo	X	7	1	X	X	X	1	1
Conocimiento de aplicación de técnicas de investigación	2	3	3	X	1	4	4	4
Visualización de proyectos	1	3	4	1	1	4	3	2
Coordinación del desarrollo de trabajo con otros profesionales de distintos ámbitos.	1	5	2	X	1	X	1	1
Elaboraciones de planes temporales para la estimación de costos personales en un proyecto (cotización)	X	8	X	X	X	X	X	X
Coordinación y desarrollo de estrategias de trabajo (medios, metodología, procedimientos, objetivos, público meta, alcances)	X	4	4	X	X	4	3	2
Conocimiento de fotografía	2	1	5	X	X	7	6	3
Conocimiento de lenguajes de programación	X	6	2	1	1	1	1	2
Conocimiento de plataformas de sistemas	1	4	3	X	1	2	3	2
Conocimiento de ilustración	2	2	4	1	2	4	2	2
Conocimiento de caligrafía y tipografía	1	2	5	X	X	5	4	4
Conocimiento de dibujo técnico	1	4	3	3	1	1	1	1
Conocimiento de mercadeo y estrategias publicitarias	1	7	X	X	X	2	1	1
Conocimiento de medios	X	7	1	X	X	X	X	1
Conocimiento de artes finales y pre-prensa	X	5	3	X	X	1	3	X
Conocimiento de gráfica editorial (diagramación de periódicos, revistas y libros)	X	4	4	X	X	3	4	2
Conocimiento de edición de audio y video	X	6	2	X	1	X	1	1
Conocimiento de desarrollo web	1	5	2	X	X	X	2	3
Conocimiento de teorías de la información y usabilidad aplicables en web	1	5	2	X	X	X	1	3
Conocimiento de estrategia y maquetación de proyectos digitales	1	7	X	X	1	X	1	1
Conocimiento de lenguajes de programación	X	8	X	X	X	X	X	X

ENUNCIADOS	FRECUENCIA			AÑO EN EL QUE SE DIO				
SEGÚN FRASCARA	+	-	+ ó -	I	II	III	IV	V
Conocimiento de materiales	2	2	4	3	3	4	3	2
3. PROGRAMACIÓN DE PRODUCCIÓN								
Conocimiento de elaboración de presupuestos	X	8	X	X	X	X	X	X
Preparación de cotizaciones	X	7	1	X	X	1	X	X
Solicitud de cotizaciones	X	8	X	X	X	X	X	X
Supervisión de producción	X	8	X	X	X	X	X	x
Proyección de alcances	X	8	X	X	X	X	X	X
4. MEDIOS								
TV								
Edición de imágenes	2	5	1	X	X	3	2	1
Preparación de guiones	X	6	2	X	X	X	1	1
Preparación de storyboards	1	6	1	X	X	X	1	1
Edición de video	X	8	X	X	X	X	X	X
Posibilidades tecnológicas (conocimiento sobre el alcance técnico que alcanzan distintos medios o herramientas)	X	7	1	X	X	X	X	1
RADIO								
Preparación de textos o guiones, para cuñas radiales.	X	8	X	X	X	X	X	X
Edición de sonido y video.	X	6	2	X	X	X	1	1
Conocimiento de registro de audio y video.	X	7	1	X	X	1	X	x
PRENSA								
Separación del color	2	5	1	1	1	2	3	1
Preparación y edición de imagen	3	3	2	X	X	4	4	2
Conocimiento de formatos de impresión.	3	3	2	X	X	5	4	3
Conocimiento de ganancia o pérdida de punto	3	4	1	X	X	2	2	1
Conocimiento sobre calidades de papel, e impresiones sobre otros materiales.	3	5	X	X	X	1	2	1
VALLAS Y MOPIES								
Preparación y edición de imagen	1	5	2	X	X	1	2	1
Conocimiento de materiales	1	5	2	X	X	2	2	1
Conocimiento sobre amperaje y seguros o requerimientos para la colocación de este tipo de publicidad	X	7	1	X	X	1	X	x
5. TECNICAS DE EVALUACIÓN								
Elaboración de estrategias de monitoreo	X	8	X	X	X	X	X	X
Elaboración de encuestas para evaluar el producto final o las necesidades para la creación del mismo.	X	7	1	X	X	1	1	X
Elaboración de cuestionarios para conocer las exigencias del público meta.	1	6	1	X	X	1	2	1
Conocimiento de telemarketing.	X	8	X	X	X	X	X	X
Elaboración de reportes informativos	X	8	X	X	X	X	X	X

ENUNCIADOS	FRECUENCIA			AÑO EN EL QUE SE DIO				
SEGÚN FRASCARA	+	-	+ ó -	I	II	III	IV	V
Elaboración de gráficas informativas sobre los resultados de un producto.	X	6	2	X	X	1	1	1
6. TECNOLOGÍA								
Ilustrador	6	X	2	X	X	7	6	1
Photoshop	5	1	2	X	X	5	4	3
Corel Draw	X	8	X	X	X	X	X	X
Freehand	X	8	X	X	X	X	X	X
Fireworks	X	8	X	X	X	X	X	X
After Effects	X	8	X	X	X	X	X	X
Dreamweaver	2	2	4	X	X	X	3	4
Flash	3	2	3	X	X	X	3	4
Cold Fusion	X	8	X	X	X	X	X	X
Indesign	2	6	X	X	X	X	X	X
Quarkxpress	3	3	2	X	X	2	5	2
Conocimiento de terminologías de extensiones de archivos (.doc,.tiff, .ai,.pdf, .psd, .mov)	5	2	1	X	1	3	5	4
Conocimiento de tecnologías, medios de impresión, programas de edición de audio y video.	X	6	2	X	X	X	2	2
Conocimiento de aplicación de materiales	1	5	2	1	1	1	3	1
7.DESARROLLO DE ESTRATEGIA								
Determinación de los objetivos para un proyecto o producto.	1	2	5	1	1	5	4	3
Determinación de canal adecuado para emitir la información sobre un producto o proyecto en particular.	1	3	4	X	X	3	3	3
Determinación de canal (TV, revista, diario, lámina mural, juego...)	X	5	3	X	X	2	1	1
Estudio de alcance, contextos y mensajes	X	6	2	X	X	1	1	2
Análisis de requerimientos para un proyecto en particular.	X	5	3	X	X	2	1	2
8.VISUALIZACIÓN								
Conocimiento para seleccionar los objetivos claros y marcos de referencia para el desarrollo de un proyecto o producto.	1	2	5	X	X	4	3	3
Manejo del lenguaje visual para interpretar la información	1	2	5	2	3	5	6	4
9. DESARROLLO DE UN ANTEPROYECTO								
Conocimiento para programar una solución dentro de los límites de presupuesto existentes	X	5	3	X	X	1	3	1
10.PRESENTACIÓN A CLIENTE								
Conocimiento de la elaboración de una argumentación para la defensa de un proyecto	3	2	3	1	1	3	4	4
11.ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN								

ENUNCIADOS	FRECUENCIA			AÑO EN EL QUE SE DIO				
SEGÚN FRASCARA	+	-	+ ó -	I	II	III	IV	V
Conocimiento de la tecnología disponible para preparar el proyecto.	2	2	4	X	X	2	5	5

Entrevista realizada a los Egresados de Diseño Gráfico de la Escuela de Arte y Comunicación Visual:

1. ¿Cree que a la creatividad entendida como “La habilidad para encontrar soluciones insospechadas para problemas aparentemente incomprensibles” se le dio suficiente importancia durante su formación académica en el plan de estudios que cursó?
¿Explique?

2. ¿Considera usted que se le otorgó un valor preponderante a la comunicación visual durante su formación en la Escuela de Arte y Comunicación Visual?

3. ¿Cree usted le fue impartido suficiente conocimiento para desarrollar estrategias de comunicación durante su formación Escuela de Arte y Comunicación Visual de la Universidad Nacional?
¿Explique?

4. ¿En cuál curso o materia obtuvo estos conocimientos (A), o en cuál considera usted que debería incluirse (B)?

5. ¿Se promovió el conocimiento sobre (marque con X los que si se hayan promovido):

	Estrategias de liderazgo
	Aplicación de técnicas
	Lenguaje visual
	Comunicación
	Percepción visual
	Administración de Recursos Económicos y Humanos
	Tecnología
	Medios
	Técnicas de Evaluación
	Definición de problema

	Determinación de objetivos
	Concepción de estrategia comunicacional
	Visualización
	Programación de producción
	Supervisión de producción
	Justificación y defensa de propuestas

6. ¿Considera usted que se incluyeron dentro de su formación conocimientos de áreas como mercadeo y publicidad?

¿Explique?

7. ¿En cuál curso o materia obtuvo estos conocimientos, o en cuál considera usted que deberían incluirse?

8. Marque con una “x” los énfasis que a los que usted considera que se les dio más importancia y con “*” los que se dio menos importancia durante su formación.

	Pre-prensa
	Diseño Editorial
	Desarrollo Web
	Imagen Corporativa
	Ilustración
	Mercadeo
	Fotografía
	Edición de Audio y Video
	Evaluación de proyectos o productos finales
	Elaboración de presupuestos
	Conocimiento de asesora y supervisión del material en proceso

9. ¿Cree usted que con este plan el egrasado esta capacitado para: (marque con X las respuestas afirmativas):

	Procesar información
	Organizar o jerarquizar información
	Presentar la información de una forma verbal y no verbal
	Concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales
	Transmitir mensajes específicos a grupos o individuos determinados

	Interpretar, ordenar y presentar visualmente una propuesta que contenga un mensaje para un público determinado.
	Coordinar, investigar, concebir y realizar propuestas haciendo uso de información o de especialistas de acuerdo con los requerimientos de los diferentes proyectos.
	Programar una solución dentro de los límites de presupuesto existentes
	Elaboración de una argumentación de un proyecto o producto

10. Enumere cuatro fortalezas que usted considere de suma importancia dentro formación académica en la Escuela de Arte y Comunicación Visual.

11. De los dos siguientes enunciados, marque con una “x” el que usted considere que se acerca más a la definición profesional de Diseñador Gráfico según su formación en la Escuela de Arte y Comunicación Visual.

“...El Diseñador Grafico no es la fuente de los mensajes que comunica sino su intérprete, sus mensajes deben desembarazarse por completo de rasgos personales que se interpongan entre el público y el mensaje”

“...El Diseñador Gráfico es la fuente de sus mensajes, y en su trabajo involucra sus rasgos y apreciaciones personales que hace llegar al público por medio de un mensaje”

12. ¿En su desempeño laboral diario y de acuerdo al plan de estudios vigente cuando usted se egresó, cuáles considera que han sido los cursos más valiosos para usted y cuáles le son de menor utilidad?

HOJA DE VIDA DE JORGE FRASCARA:

Education

1965 Graduate Studies in Sculpture (Argentina).

1964 Art Education Post Graduate Diploma, National School of Fine Arts (Argentina).

1961 National Professor in Painting, senior diploma (Argentina).

1958 National Teacher of Visual Arts, junior diploma (Argentina).

Honours and awards

Fellow, Society of Graphic Designers of Canada.

International Fellow, Society for the Science of Design, Japan.

Major administrative responsibilities

Coordinator, Visual Communication Design.

Chairman, Department of Art and Design, University of Alberta, 1981-1986.

Member of the Board of the Graphic Design Education Association (GDEA) 1993-1998.

Member of the Icograda Past-Presidents Forum; Member of the Editorial Boards of Design Issues (Carnegie Mellon University/MIT), Graphic Design Journal 1993-1996 (Society of Graphic Designers of Canada, Ottawa), Information Design Journal (John Benjamins, the Netherlands), and Tipográfica (Buenos Aires, Argentina).

Member of the Advisory Board, Department of Design, Carnegie Mellon University, Pittsburgh.

Member of the Advisory Board, Kwantlen University College, Vancouver.

Chairman, Icograda Education (London, 1989-1999).

Working Group Member, International Institute for Information Design (IIID, Viena);

Member, ISO TC 145, Graphic Symbols (Berlin).

Selected publications: books

J. Frascara (ed), Design and the Social Sciences (**diseño y las ciencias sociales**): making connections.

(London and Washington: Taylor & Francis,) 2002.

J. Frascara, **El Poder de la Imagen** (Buenos Aires: Ediciones Infinito,) 1999.

J. Frascara (ed) Icograda XVII Congreso, Punta del Este, Uruguay: Education Section proceedings (**Procedimientos en el Sector Educativo**) (London: Icograda,) 1998. Separate edition in Spanish.

J. Frascara, User-Centred Graphic Design: Mass Communication and Social Change (**Comunicación Masiva y el cambio social**)(London and Washington: Taylor & Francis,) 1997.

J. Frascara (ed), Graphic Design, World Views (**El diseño gráfico y la visión mundial**)(Tokyo and New York: Kodansha,) 1990.

J. Frascara, **Diseño Gráfico y Comunicación** (Buenos Aires: Ediciones Infinito,) 1988.

Selected publications: articles 1999-2002

J. Frascara “**People-centered Design: Complexities and Uncertainties**”, in

J. Frascara (Ed.) Design and the Social Sciences: Making Connections (London: Taylor & Francis,) 2002, 33-39.

J. Frascara, “User-Centred Graphic Design”, **(diseño gráfico centralizado en el usuario)** in W. Karkowsky (Ed.)

International Encyclopedia of Ergonomics and Human Factors (London and New York: Taylor & Francis,) 2001.

J. Frascara, “The dematerialization of design” **(desmaterialización del diseño)**, Tipográfica 50, November

2001, 18-25. J. Frascara “Diagrams as a Way of Thinking Ecologically”, Visible Language, 35.2, 2001, 174-177.

J. Frascara, “Information Design and Cultural Difference” **(diseño para la información y la diferencia cultural)**, Information

Design Journal, vol.9 # 2-3, 2000, 119-127.

J. Frascara, “Cognition, emotion and other inescapable dimensions of human experience” **(cognición, emoción y otras dimensiones inescapables de la experiencia humana)**, Visible Language, 33.1, 1999, 74-87.

Nelson, TM, Nilsson, TH, Piercey, DJ, Johnson, T, Frascara, J, Silva

Delano, S, Susuki Sone, E, and Villalon Bravo, M, “Improving Perception of Letters and Visual Structure of Language” **(Implementación de la percepción de cartas y estructuras visuales del lenguaje)** Perceptual and Motor Skills, 1999, 515-530.

Hoja de vida de Mariano Fernandez Enguita

Mariano Fernandez Enguita es catedrático de Sociología y director del Departamento de Sociología y Comunicación en la Universidad de Salamanca.

Dirige asimismo el Observatorio Social de Castilla y León (OSCYL) y encabeza el Grupo de Análisis Sociológicos (GAS). Ha sido profesor o investigador invitado en las universidades de Stanford, Wisconsin-Madison, Berkeley, Lumière-Lyon II, el London Institute of Education y la London School of Economics, y conferenciante en decenas de otras. Es o ha sido asesor de la ANEP, la CICyT, el CES, el CIDE y otros

organismos dedicados a la investigación y a la educación, así como de diversas otras instituciones y organizaciones. Autor de una veintena de libros, entre los cuales La profesión docente y la comunidad escolar, Alumnos gitanos en la escuela paya, Economía y Sociología y La jornada escolar y ¿Es pública la escuela pública?, un centenar de artículos en revistas académicas y capítulos en obras colectivas, en la actualidad investiga sobre educación y desigualdades, sobre la organización de los centros de enseñanza y la profesión docente, inmigración, protección social.

Más información en <http://www.usal.es/mfe/enguita>, <http://enguita.blogspot.com>, <http://casus.usal.es>.



Diseño gráfico

Podemos definir el diseño gráfico como el proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de elementos para producir objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados.

La función principal del diseño gráfico será entonces transmitir una información determinada por medio de composiciones gráficas, que se hacen llegar al público destinatario a través de diferentes soportes, como folletos, carteles, trípticos, etc.

El diseño gráfico busca transmitir las ideas esenciales del mensaje de forma clara y directa, usando para ello diferentes elementos gráficos que den forma al mensaje y lo hagan fácilmente entendible por los destinatarios del mismo.

El diseño gráfico no significa crear un dibujo, una imagen, una ilustración, una fotografía. Es algo más que la suma de todos esos elementos, aunque para poder conseguir poder comunicar visualmente un mensaje de forma efectiva el diseñador debe conocer a fondo los diferentes recursos gráficos a su disposición y tener la imaginación, la experiencia, el buen gusto y el sentido común necesarios para combinarlos de forma adecuada.

El resultado final de un diseño gráfico se denomina grafismo, y es una unidad por sí misma, aunque esté compuesto por multitud de elementos diferentes. Podemos establecer una analogía entre un grafismo y un plato de cocina. Ambos están compuestos por diferentes elementos individuales que, unidos correctamente y con sabiduría, componen una obra final única y definida que va más allá de la suma de las partes que la forman.

Formas, colores y textos en un grafismo



Toda obra de comunicación visual nace de la necesidad de transmitir un mensaje específico. Un diseñador gráfico no es un creador de formas, sino un creador de comunicaciones, un profesional que mediante un método específico (diseño) construye mensajes (comunicación) con medios visuales (grafismos). No es el creador del mensaje, sino su intérprete.

El principal componente de toda composición gráfica es pues el mensaje a interpretar, la información que se desea hacer llegar al destinatario a través del grafismo. Esta información se debe representar por medio de diferentes elementos gráficos, que pueden ser muchos y variados, aunque los más comunes son:

- Elementos gráficos simples: puntos y líneas de todo tipo (libres, rectas, quebradas curvas, etc.)
- Elementos geométricos, con contorno o sin él: polígonos, círculos, elipses, óvalos, etc.
- Tipos: letras de diferentes formas y estructura, utilizadas para presentar mensajes textuales.
- Gráficos varios: logotipos, iconos, etc.
- Ilustraciones
- Fotografías
- Cualquier otro elemento visual apto para comunicar un mensaje.

Un diseño limpio



Estos elementos básicos se combinan unos con otros en un grafismo, y de esta combinación surge un resultado final en el que tienen mucha importancia una serie de conceptos propios del diseño gráfico, entre los que destacan:

- Las **agrupaciones**: conjuntos de elementos relacionados mediante proximidad, semejanza, continuidad o simetrías.
- La **forma**: forma de cada elemento gráfico aislado y de las agrupaciones de elementos.
- Los **contornos**: partes límites de los elementos, que permiten distinguirlos de los demás y del fondo, pudiendo estar definidos mediante border, cambios de color o cambios de saturación.
- La **ubicación**: lugar que ocupa cada elemento gráfico o agrupación de ellos en el espacio del grafismo.
- El **tamaño**: tamaño relativo de cada elemento gráfico respecto los que le rodean. Escalas.
- El **color**: color de cada elemento individual, colores de cada agrupación de elementos, conjunto total de colores usado en un grafismo, disposición relativa de los elementos con color y armonía entre colores.
- El **contraste**: intensidad de visualización de cada elemento con relación a los que le rodean y al grafismo completo.
- El **equilibrio**: cada grafismo conlleva un sistema de referencia espacial que consigue un nivel de equilibrio mayor o menor.
- La **simetría**: disposición espacial regular y equilibrada de los elementos que forman la composición gráfica.

Los diferentes elementos de un grafismo son percibidos por el destinatario de acuerdo con la influencia que ejercen cada uno estos conceptos a nivel individual, grupal y total. Pero la unión de todos ellos, la obra gráfica, es una entidad comunicativa individual y completa, cargada de complejos elementos humanos asociados con el lenguaje, la experiencia, la edad, el aprendizaje, la educación y la memoria.

Informe de **Luciano Moreno**

Consultor, diseñador y desarrollador web en ParaRedeBJS. Especialista en usabilidad y diseño centrado en el usuario.

Mail: webmaster@htmlweb.net

Todos los [derechos de reproducción y difusión](#) reservados a [Guiarte Multimedia S.L.](#)

[Volver](#)



 [Agregar a favoritos](#)  [Invitar a un amigo](#)  [Português](#)

 [Regístrate!](#) | [Inicie sesión](#)

[Busqueda avanzada](#)

[Monografias](#) **[Nuevas](#)** **[Publicar](#)** **[Descargas](#)** **[Foros](#)** **[Ayuda](#)**

[Monografias.com](#) > [Educacion](#)



[Descargar](#)



[Imprimir](#)



[Comentar este trabajo](#)



[Agregar a favoritos](#)



[Enviar a un amigo](#)

[Trabajos relacionados](#)

El currículum oculto como estrategia académica

1. [Introducción](#)
2. [Contextualidad del currículum](#)
3. [Definiciones de currículum](#)
4. [Tipos de currículum](#)
5. [Nuevos enfoques del currículum oculto](#)
6. [¿Cómo y cuándo se produce el currículum oculto?](#)
7. [El currículum oculto y los valores](#)
8. [El currículum oculto y lo ideológico](#)
9. [Reiteraciones, a manera de conclusiones](#)
10. [Notas](#)
11. [Bibliografía](#)

INTRODUCCIÓN

Aunque existe una diversidad de expresiones curriculares, el circuito estructurado en torno al formal, real y oculto parecen ser el que resume en mayor medida la complejidad del hecho educativo. Es clave reconocer que cuando el currículum formal se socializa, surge el currículum oculto; de hecho, surge de él y se desarrolla e interactúa en paralelo con el currículum real.

Por otra parte, naturales prejuicios y temores de la más variada índole, expresados o incubados por los principales actores del **proceso** pedagógico -**docentes** y estudiantes- evitan o impiden referirse al **currículum** oculto, aunque se está hablando de uno de sus principales instrumentos y medio de **reproducción** social de la experiencia educativa.

Para comprender cualitativamente el currículum oculto en tanto **naturaleza**, pertinencia e importancia dentro del proceso pedagógico, es que se ha abordado y organizado la presente **monografía** de manera casi lineal, a partir de la CONTEXTUALIZACIÓN general y CONCEPTUALIZACIÓN del currículum en el marco de la **sociedad** contemporánea. Asimismo, para cerrar esta conceptualización acudimos a la definición de distintos TIPOS de currículums. Una vez contextualizado el **concepto**, se desarrolla los NUEVOS ENFOQUES del currículum oculto, así como se sistematiza la explicación de CÓMO y CUÁNDO SE PRODUCE el currículum oculto. Por la forma como aparecen estas expresiones, en paralelo se ha considerado necesario desglosar este **registro** en su relación directa con los **VALORES** y lo IDEOLÓGICO. En el cierre, se propone las REITERACIONES, a manera de CONCLUSIONES, que siguiendo la **lógica** de lo latente e implícito, procura plantearse como parte de una determinada estrategia académica.

Como se supondrá, este escrito debe considerarse como un documento introductorio y aproximativo al complejo mundo de los **sistemas** curriculares, ya que se trata de los **procesos** de **socialización** de la **educación**, es decir, un complejo mundo de amplio arco, casi ilimitado, que tiene que ver con el currículum oculto, que se sabe cuál es, pero no es tangible, no está escrito en el papel, no está formalizado explícitamente, aparece y se acepta tal y como es. Y aunque existe un primer acuerdo en tanto connota trascendencia del encargo social, de enorme trascendencia en el proceso pedagógico, sin embargo es un tema del que poco se habla.

1. Contextualidad del currículum

Los nuevos roles de la **universidad** contemporánea, en cuanto a su **función** de formar profesionales, se reflejan en gran medida en la concepción y estructuración de sus respectivos **programas**, currícula o planes de estudios.

Sin embargo, las cambiantes condiciones en las que se desenvuelve, exigen nuevos enfoques en su definición y **metodología**, toda vez que existe una marcada tendencia no solamente en la formación de excelencia y **competitividad** de **recursos humanos**, a desarrollan una corriente que tiende a la formación de personas con una enorme capacidad de reacción y adecuación a las transformaciones que experimenta el campo del **conocimiento** y el **desarrollo** tecnológico.

En este primer tramo del siglo XXI, resalta el fenómeno de cómo la sociedad consigna su **construcción** a caballo de la **globalización** y la **informática**; sobre todo a partir de la **producción** y **gestión** de **bienes materiales** que es sustituida por la producción y transmisión de saberes, de modo que hoy se habla de la **revolución** de las tecnologías, del saber y de la **comunicación** y que obviamente tienen un fuerte impacto en uno de sus aspectos relevantes: **el conocimiento**. Este dinamismo que ha adquirido nuestra sociedad ha movido las piezas de tal manera que afrontar los nuevos fenómenos resulta inevitable por lo que se exige nuevas respuestas. Como no puede ser de otro modo esta **dinámica** de **cambio** -que siempre existió, pero que indudablemente en los últimos 10 años se ha acelerado-, causa una serie de desajustes entre la relación lógica de contenidos y los temas que intervienen en la realidad, como también específicamente en aquellos que tienen que ver con el proceso educativo.

Por encima de concepciones diferentes en cuanto al **tiempo** y el espacio, hoy nos encontramos en una situación de mutación constante o cambio perpetuo, hecho que implica y obliga al **sistema** universitario a estar igualmente en permanente alerta respecto a estos nuevos fenómenos, pues de no hacerlo determinaría, un desequilibrio entre las **estrategias** y conceptos con los que se trabaja en tanto se actúa, se cree y se difunde como tal, en relación a los hechos reales en los ámbitos donde se interviene. Históricamente esta situación no es nada nueva, si tenemos en cuenta que la **ciencia** por su naturaleza es dinámica, está en constante redefinición; empero, ello no quiere decir que se generen quiebres absolutos con los sistemas anteriores, sino que se concibe como un proceso abierto y holístico en continua readecuación y reelaboración.

Existe, además, una relación indisoluble entre el **hombre**, la **cultura** y la **educación** en la estructuración curricular, que se presenta para dar respuestas a determinadas demandas sociales y culturales.

El **hombre**, como parte fundamental de una cultura, necesita de un proceso educativo que le permita preservarse y proyectarse en el tiempo y todo lo que ello implica. A su vez relacionarlo con la cultura en tanto mecanismos educativos aplicados para preservar sus ideales y también su propia existencia, en la medida que la **integración** e intercambio entre personas dentro de una cultura tiene por objeto lo que se ha vivido, lo que se vive y lo que se vivirá para ser parte de la vida y pertenecer a una sociedad.

La consideración global del currículum debe reconocer justamente esa situación en tanto expresa una concepción del hombre y la sociedad, al extremo de considerarla como una forma de concebir la vida, particularmente cuando ésta se remite a una unidad académica, en este caso a la Facultad de **Arquitectura**, **Diseño** y Urbanismo. Por tanto, el **programa** de las asignaturas de las áreas que la integran: **diseño**, **sociales**, **tecnología**, tienen su razón en el contexto global, en las grandes visiones de la sociedad boliviana en sus diferentes fases de desarrollo, como también en la visión global del actual mundo contemporáneo. Los énfasis dados oportunamente a los **valores** del **diseño**, a la **construcción**, al **urbanismo**, significa inequívocamente remitirnos a cierta **estructura** de **poder**, aspectos que no siempre son considerados cuando se diseña o aplica un determinado **currículo** formal o explícito.

Anuncios Google

Como hacer un currículum

Consejos y recomendaciones para encontrar empleo, Universia.
www.universia.net.mx

Walt Disney World

Universitarios y graduados recientes trabajar/estudiar en E.U.
www.disneyinternationalprograms.com

Educación en Línea

Licenciatura, Maestría o Doctorado, Estudios universitarios a distancia
www.aiu.edu/_Universidad_

Curriculum Development

Need Curriculum Development Help? Find it here!
www.megasearchnew.org

Como hacer un currículum

Consejos y recomendaciones para encontrar empleo, Universia.
www.universia.net.mx

Educación en Línea

Licenciatura, Maestría o Doctorado, Estudios universitarios a distancia
www.aiu.edu/_Universidad_

Universidad de Australia

Para saber más sobre Estudiar en Australia - Pregunte Ahora!
www.educaraustralia.com.au

Refúgiate en las Divisas

ACM Líder Mundial Abre una Cuenta Demo Gratis
www.ac-markets.com/inversion/



Anuncios Google

La temática curricular no debería ser una preocupación sólo de los especialistas, sino de toda la sociedad, ya que al final la trilogía hombre -cultura - educación resulta fundamental en el momento que se lo conceptualiza y asume.

Diffícilmente puede comprenderse al currículum sino se lo vincula y relaciona a la necesidad del hombre para transmitir integralmente aquello que le permita trascender: el **aprendizaje significativo**.

2. Definiciones de currículum

Etimológicamente currículum es una voz latina que deriva del verbo curro que significa carrera, refiriéndose al recorrido llevado a cabo por el estudiante para lograr un grado académico; en tanto que **plan** de estudio deriva de otra expresión latina «*ratio studiorum*» que quiere decir **organización** racional de los estudios.

Dependiendo de posturas personales y concepciones de la educación, existe una variedad de definiciones. Una primera distinción funcional la establece Casarini cuando afirma que «los planes de estudios y los programas son **documentos**, guía que establecen los **objetivos**, contenidos y **acciones** que llevan a cabo docentes y estudiantes para desarrollar un currículum, de manera que los planes de estudios no fundamentan un **proyecto de enseñanza**» 1, en este sentido, sólo será posible a través del currículum registrar el recorrido hecho y por hacer y de ese modo funcionar como plan. El plan-programa establece las bases para la **acción**, pero sólo es el currículum el que le da sentido a través de su puesta en marcha.

En la misma **dirección**, Arnaz lo concibe como un «Plan de norma y conduce, explícitamente un proceso **concreto** y determinado de enseñanza **aprendizaje** que desarrolla en una institución educativa.... -asimismo puede considerarse como el conjunto interrelacionado de conceptos, proposiciones y **normas**, estructurando en forma anticipada acciones que se quiere organizar» 2.

En un sentido de mayor globalidad, Longredn afirma que el currículum abarca «Todas las experiencias que el alumno tiene bajo la dirección de la **escuela**» 3, relacionándolo a una serie de **estructuras** de resultados del aprendizaje proyectado, es decir que el currículum es concebido en su cualidad de **producto**.

Por su parte, Furlan dice que «El currículum es el resultado de la actividad global de la escuela, no solamente lo que pasa en las aulas, también de lo que pasa en pasillos fuera de las aulas» 4. Por tanto, el currículum ya no es solamente el resultado pedagógico que se produce internamente en la institución educativa, sino lo que ocurre en su exterior, se trata de una expresión cultural dentro de la institución que engloba valores, **ideología**, conocimientos, experiencias, como pieza clave de una sociedad cambiante que **demand**a más **recursos** humanos con la suficiente la capacidad y **competencia** de adecuarse a las circunstancias sociales, **políticas** y económicas dominantes.

Si asociamos ese conjunto de definiciones desde la perspectiva funcional podría concebirse al currículum como:

Un sistema organizativo: toda acción social debe enmarcarse a un determinado orden. Debidamente normalizado: en cuanto a **límites** para acotar la acción en tiempo y espacio, y determinado: debe existir un acuerdo de partes para establecer lo que se debe enseñar y aprender. Todo ello referido a los contenidos específicos y explícitos, en los cuales se precisan y detallan los campos y áreas que se abordarán evitando la subjetividad del mismo. Estas acciones se dan, sin duda, en el marco del proceso de enseñanza aprendizaje de una institución educativa, en todos los casos circunscriptos al currículum formal.

Generalmente el currículum es elaborado por docentes o especialistas vinculados al **sistema educativo**; sin embargo, al constituirse éste en un medio donde se registra públicamente la experiencia a fin de poner en práctica una propuesta educativa no sólo de contenidos, sino de **métodos**, recursos, etc. sus connotaciones involucran otros ámbitos, como se dijo anteriormente cuando el currículum se relaciona al contexto social.

A través del currículum se establece lo que el estudiante tiene que aprender y cómo deberá hacerlo, pero sólo se refiere a los conocimientos **intelectuales**, es decir, se refiere a las habilidades cognitivas, determinadas en las asignaturas, desde la visión procesual circunscripta al ámbito de la institución educativa. Responde a las necesidades de formación del estudiante y de su medio social (ambiental, familiar, **mercado**, etc.). Es un instrumento generalmente consensuado que está perfectamente delimitado, pautado y precisado al detalle.

El currículum, además de constituirse en una aproximación a los contenidos culturales de una sociedad -o parte de la ella-, es una forma de **comunicación** abierta. Esa estructuración se produce en diferentes niveles: desde el diseño curricular base que se enmarca en la visión de la institución educativa, hasta las adaptaciones -e interpretaciones- curriculares que hace cada docente y cada estudiante.

Y como se trabaja en un ámbito de la sociedad, ello supone comprender sus diferencias, bajo el **presupuesto** de aceptar que el currículum es fundamentalmente un acuerdo de las partes y actores involucrados y comprometidos para llevar adelante sus términos de referencias, en el entendido que se trata de un proyecto de transformación de la actividad académica.

Existe una relación indisoluble entre el hombre, la cultura y la educación en la estructuración curricular que se presenta para dar respuestas a determinadas demandas sociales y culturales.

El hombre, como parte sustantiva de una cultura necesita, de un proceso educativo que le permita su existencia y proyección histórica, en términos de sus fundamentos filosóficos (por qué), políticos (para qué) y sociales (cómo):

¿Por qué? «La educación es un proceso generador de acontecimientos que presupone la posibilidad de un cambio en el significado de la experiencia humana: Gowin, 1985),

¿Para qué? Es una herramienta de socialización, adoctrinamiento, condicionamiento.

¿Cómo? A través del proceso pedagógico integral.

A su vez, requiere relacionarlo con la cultura en tanto mecanismos educativos aplicados para preservar sus ideales y también su propia existencia, en la medida que la integración e intercambio entre personas dentro de una cultura tiene por objeto lo que se ha vivido, lo que se vive y lo que se vivirá para ser parte de la vida y pertenecer a una sociedad.

Diffícilmente pueda comprenderse al currículum sino se vincula en su implicancia como necesidad del hombre para transmitir integralmente aquello que le permita trascender, es decir **el aprendizaje significativo**.

Por su naturaleza social, ninguna definición curricular es neutral o independiente en lo ético o político, como tampoco puede ser sino expresión y representación de una determinada ideología dominante.

3. Tipos de currículum

En la **planificación** curricular se reconocen dos enfoques generales 5 :

Por un lado, se tiene en su sentido más restrictivo, el currículum limitado al conjunto de conocimientos en tanto contenidos o materias de un determinado plan de estudios que se tiene que transmitir al estudiante.

Por otro, se tiene a aquellos que se dan una significación mayor, cuyo sustentación reside en la visión epistemológica y en las condiciones sociales, políticas y contextuales que la determinan.

Igualmente el currículum puede entenderse como alcance y secuencia 6, es decir, el listado de resultados de aprendizaje esperados en cada grado o nivel, dándole de este modo una determinada secuencia. Los resultados se agrupan de acuerdo a un tema o dimensión determinando el alcance del mismo.

Cuando el plan para un curso completo incluye metas y/o justificación del curso, (objetivos, los temas, actividades, recursos, asignaturas establecidas y los sistemas de **evaluación** recomendados) se inscribe el currículum concebido como sílabo.

También existen los currículum como tabla de contenido, como **texto de libro**, plan de estudio, como experiencias planeadas, etc.

Según la manera cómo se manifiestan los currículums denominados «simultáneos», pueden clasificarse en:

Curriculum oficial. Documento que establece alcances, secuencias, programas, sílabos, guías curriculares, contenidos mínimos, objetivos, metodologías, **bibliografías**, etc. Es la base para el desarrollo de las actividades académicas, orienta a los docentes y a los administradores para la planificación, ejecución y evaluación del proceso educativo.

Curriculum operativo. Comprende lo que realmente es enseñado, enfatizado y aprendido por el estudiante, es el contenido efectivamente incluido, enfatizado y medido por el docente, de modo que son los resultados los que serán medidos por el docente.

Curriculum oculto. Estructura que no es reconocida oficialmente por docentes, administrativos y estudiantes, pero que tiene un impacto significativo; por lo general está determinado por los valores, **actitudes** y conductas apropiadas.

Curriculum nulo. Entendido como contenidos disciplinares, valores y **principios** que no están incluidos en los otros currículums.

Curriculum extra. Comprende aquella experiencia planificada fuera del currículum oficial, es de naturaleza voluntaria, es igualmente altamente significativo y contribuye en la formación holística e integral del estudiante.

Curriculum simultaneo. Cuando se activan todos los currículums -explícitos e implícitos- en el proceso de experiencia de la enseñanza aprendizaje de los estudiantes.

Para los fines del presente **trabajo** interesa ampliar y profundizar el proceso educativo en relación a tres expresiones curriculares fuertes:

«El currículum formal, el real y el oculto»

Y sobre todo de qué manera surgen, operan e interactúan entre sí.

En este sentido el CURRÍCULUM FORMAL -o propuesto- concibe a la planificación del proceso de enseñanza aprendizaje en su estructuración metodológica en cuanto a fines, recursos, **técnicas** y condiciones contextuales académicas y administrativas.

Su legitimidad es la racionalidad y coherencia de su planteamiento que va desde su fundamentación hasta las **operaciones** que deben ponerse en práctica y que lógicamente se sostienen por una estructura académica, administrativa, legal y económica⁷.

Bajo este enfoque el currículum formal es todo aquello que da forma y contenido a un conjunto de conocimientos abstractos, habilidades y destrezas teórico-prácticas.

Por su parte, el CURRÍCULUM REAL -o vivido- es la puesta en práctica del currículum formal con las inevitables y necesarias modificaciones que requiere la contrastación y ajuste entre el plan curricular y la realidad del aula.

Se trata del medio por el cual se resuelve la disyuntiva o la manera como se enfrenta y confronta el desarrollo de los objetivos de la asignatura que se presume tiene el respaldo y la solidez de la institución educativa, con el objeto de que los estudiantes aprendan, incluyendo y lo que debe hacerse para implementar dichos propósitos.

Con este instrumento es posible tener diferentes puntos de vistas, concepciones, manera de ser, circunstancias personales de docentes y estudiantes -asumiendo responsabilidades compartidas-, a fin de integrar todo ello en el marco de la **sinergia** y **retroalimentación** que produce el proceso pedagógico: formar personas.

Por su parte, el CURRÍCULUM OCULTO -o todo lo que existe detrás y en paralelo al proceso pedagógico-, se contrapone a la noción del currículum formal, en razón a que no está contemplado en los planes de estudios ni en la normativa importante del sistema institucional; por el contrario, deriva de ciertas prácticas institucionales que sin embargo, pueden ser tal vez más efectivas para la reproducción de conductas y actitudes.

Su ejercicio y aplicación exige un patrón de **conducta**, un orden, una línea a seguir en cuanto a **comportamiento**. Su importancia radica en que a partir del ejemplo se puede generar una mayor **eficacia** de lo que se pretende alcanzar en el estudiante.

El currículum oculto es proveedor de enseñanzas encubiertas, latentes, no explícitas, que la institución tiene la capacidad de brindar en la medida que el colectivo docente tenga una noción clara y, sobre todo, una ideología común en esta **materia** ya que trata de formar estudiantes en correspondencia con el ejemplo.

La concepción y el desarrollo del currículum están implícitos, sobre todo cuando se habla de valores; el problema surge cuando se asumen estos valores como dogmas o tramas paralelas que impiden las transformaciones oportunas a los requerimientos del encargo social.

Los valores no pueden ser considerados estáticamente, tanto que cierran el paso al desarrollo pleno del hombre; por el contrario, debe ser entendidos como un proceso perfectible, pues al asumir una postura híbrida y ecléctica, ésta surge como una nueva forma de **resistencia al cambio**. Esta tendencia de aferrarse al pasado es absolutamente válida porque la necesidad de la sociedad pasa por el sentimiento de **seguridad**, seguridad que comienza a debilitarse al asumir los nuevos roles desde adentro y afuera. Ello nos ubica en una situación un tanto precaria, pero al mismo tiempo nos abre la posibilidad de percibir un mundo posible, de dar el necesario paso del ámbito precario al ámbito de lo posible.

La educación se concibe como un producto cuando enfatiza su uso explícito, funcional y utilitario de la misma, al extremo de definir un **modelo** concreto de comprender las cosas, es decir, prioriza la eficacia por encima de su secuencia y desarrollo.

También la educación puede ser entendida como un proceso cuando se trabaja longitudinalmente con sus principales agentes y **variables**, de tal manera que la misma experiencia permite descubrir nuevas situaciones, ya no interesa prioritariamente el punto final sino las nuevas situaciones que se presentan en su transcurso.

4. Nuevos enfoques del currículum oculto

Cuando el currículum formal se socializa surge el currículum oculto. De hecho surge de él y se desarrolla e interactúa en paralelo con el currículum real.

Ese proceso de socialización abre un amplio arco, casi ilimitado, que tiene que ver con el currículum oculto, que se sabe cuál es, pero no es tangible, no está escrito en el papel, no está formalizado explícitamente, se acepta tal y como es, aunque existe un primer acuerdo en el sentido de que tiene un importante fin social y una enorme incidencia en el proceso pedagógico.

En primera instancia el currículum oculto se circunscribe a los procesos que suceden dentro del aula, las **técnicas grupales**, los diálogos y los valores de

los actores que participan en él.

El currículum oculto surge como respuesta a necesidades de orden económico, político, social, cultural, pero también ideológico, por sus contenidos y fuerte carga de sus **funciones** morales y de una cierta reproducción social.

El currículum oculto puede considerarse como el conjunto de sistemas de recompensas y expresiones de poder que existe en el **grupo** que participa del proceso educativo, a través del cual el estudiante a tiempo de estructurar su experiencia pedagógica, construye sus valores sociales -su **historia** significativa-, de acuerdo con la normativa y jerarquía existente en un momento histórico determinado.

Por tanto, puede concebirse al currículum oculto como el segmento socializador de la acción de la institución educativa, que se inicia y se forma por ciertos contenidos no específicos ni establecidos en ningún plan, programa o currícula formal, que está presente en cada uno de los miembros de la institución -estudiantes, docentes y administrativos-, y que se reconoce y aprende a través de experiencias dentro y fuera del aula -texto, contexto-.

Por su propia naturaleza el currículum oculto es un tanto impreciso, ya que resulta difícil medir las experiencias transmitidas.

Estas imprecisiones se suman y se complejizan aún más cuando se asocia con el currículum latente, currículum encubierto, efectos secundarios, currículum no estudiado. Sin embargo, pueden reconocerse dos primeras implicancias:

Internamente.- Lo evidente es que en aula -del ámbito académico- suceden una serie de cosas que son complicadas de documentar o en todo caso connotan lecturas complejas, que se escapan de la **lectura** formal tanto visual, auditiva, como de opinión y **estadísticas** por la vía de las **encuestas** u otros **medios de medición** académica:

- = Cuántas veces hemos asistido a relatos de docentes que señalan a su curso como el más destacado por situaciones puntuales o anecdóticas y, en contrapartida, la **lectura** del estudiante difería radicalmente.

- = Es frecuente los casos de cómo se manipulan los medios y medidores aplicados.

Externamente.- Su **interacción** trasciende el ámbito académico al involucrar estos procesos desencadenados en otros ámbitos que son obviamente aún más difíciles de registrar como:

- = En el núcleo familiar, cada vez más que se involucra en el seguimiento de sus miembros.

- = En la calle, donde sus miembros se convierten en portavoces e **imagen** de la institución.

- = En el barrio, donde comienza a desarrollarse otro tipo de **identidad**.

- = En los **grupos sociales**, en los cuales la categoría de estudiante y/o profesional de la institución automáticamente representa un nivel o status.

El tema pasa que muchos de sus actores, y principalmente los docentes, no quieren darse cuenta de la importancia del rol de lo implícito y oculto de sus acciones, ya que de una u otra manera participan inconscientemente. Lo grave ocurre cuando se actúa conscientemente en detrimento y en contraposición del objeto definido en la visión de la institución educativa.

La idea es cómo se produce el fenómeno a fin de incorporarlo como un factor coadyuvante al mejoramiento del proceso enseñanza - aprendizaje, de tal modo que sea un factor de regulación y autorregulación en el nivel que se lo estudie.

Otra vertiente conceptual concibe al currículum oculto como todas aquellas prácticas que se producen en el proceso de la experiencia educativa pero que no están consignadas explícitamente como propuesta curricular.

El currículum oculto tiene un **carácter** ideológico, de hecho expresa una ideología diferente a la oficial. En arquitectura es habitual, específicamente hablando, la lectura de posiciones de **vanguardia** o contestatarias por encima del sentido conservador y tradicional -o no- que puede sostener la universidad o parte de ella a través de las asignaturas -pretextando la manida **libertad** de cátedra-, o mediante programas de coyuntura, produciendo una **crisis** de valores.

El currículum oculto puede considerarse y expresarse de modo encubierto, latente, no intencionado, implícito e inadvertido.

El currículum oculto es la posibilidad de poder ejercer una alternativa de:

Vivencia grupal, a través de actividades colectivas extracurriculares para construir el sentido de **comunidad**; o en reversa, en **grupos** atomizados e incentivados por corrientes sectarias de distinto orden y naturaleza.

Autoevaluación colectiva, que posibilite la aceptación de las evaluaciones del otro, en sendos talleres participativos donde se experimente la autocrítica; o en reversa, que el manejo de los mismos se haga por medio de grupos autoritarios.

Aprender en armonía y tolerancia, con rigor y en el marco de una concepción disciplinaria y **respeto** mutuo; o en reversa, incentivando grupos con privilegios, para «agradarse» recíprocamente estableciendo interesadas complicidades.

El currículum oculto cataliza y motoriza un nuevo **discurso**, actitudes, acciones, palabras, valoraciones, omisiones, que no son visibles pero que se transmiten de diversa forma.

La intencionalidad y la profundidad varían de acuerdo a la dinámica de los actores del proceso en el marco del accionar explícito o implícito, dado a que de partida se reconoce que las personas no son iguales, cada uno trae sus experiencias previas y construye su propia historia.

Por otra parte, el currículum oculto se percibe como un fenómeno especial en los dos extremos del proceso educativo:

- a) En el INGRESO, aparecen los **adolescentes** conscientes de su propia realidad -plural y heterogénea-, con buen nivel académico -ávidos de participar de la experiencia-, y dispuestos a hacer el cambio más importante de su vida.

- b) En el EGRESO, de igual manera se percibe un nivel y sentido de **conciencia**, **interés** e involucramiento en los **problemas** colectivos e individuales, relacionados a los distintos campos de su formación profesional.

Lo cierto es que el currículum oculto o invisible forma parte de procesos naturales que se producen en el aula y sus diferentes contextos relacionados y a veces es de tal **fuerza** y magnitud que puede tener una mayor incidencia que el propio currículum formal.

La eficacia del currículum oculto se encuentra en la confirmación en la realidad, pues es lo que efectivamente se cumple.

5. ¿Cómo y cuándo se produce el currículum oculto?

Si se ratifica la idea de que el currículum oculto prácticamente envuelve todo lo que pasa en aula y por extensión todo el ámbito académico, nos encontramos en otra de sus claves: tener la posibilidad de reflexionar sobre lo que se reproduce en forma visible e invisible, a fin de descubrir lo que se está proyectando, tomar conciencia, porque de ese modo es posible reconocer y regular el flujo de valores, actitudes, pensamientos, ideas, códigos, etc.

La distancia de una **pedagogía** visible con una educación invisible puede ser muy considerable y hasta infranqueable, si se tiene en cuenta que en muchos casos para los actores del sistema formal su experiencia puede considerarse fragmentaria, parcial y hasta efímera.

Para la mayoría de los estudiantes lo aprendido (más allá de lo útil o inútil) se subordina a los aspectos desarrollados en el currículum oculto, pues estos factores y experiencias suelen ser más duraderos, ya que a través de ellas pueden estructurarse las reglas y modos que regirán sus nuevas relaciones -formativa profesional- con la sociedad en la que se van a desenvolverse.

La diferencia clave radica en reconocer y cualificar la forma y metodología en que el contenido se transmite y en el modo en que es transmitido; y si bien existe en el sistema formal y un marcado énfasis para que se precisen los contenidos, métodos, recursos, etc., a fin de hacer más visible la pedagogía, este esfuerzo automáticamente genera nuevas y más sutiles expresiones de transmisión oculta.

De manera que se está hablando de un proceso interactivo de los currículos, los que deben ser analizados, integrados y relacionados en forma abierta y permanente.

Por ello, resulta pertinente saber en qué momento aparece la **materia prima** del currículum oculto, en principio cuando sus actores comienzan a interrogarse sobre los aspectos indirectos y contextuales que participan en el proceso enseñanza aprendizaje:

- = Cuando se aborda el campo de los valores.
- = Cuando nos preguntamos sobre el tipo de sociedad que estamos construyendo.
- = Cuando nos cuestionamos acerca de los valores relacionados a la competitividad, al individualismo.
- = Cuando se aborda los valores religiosos o morales.
- = Cuando expresamos nuestro **pensamiento** de una forma determinada.
- = Cuando se establecen nuevas formas de comunicación.
- = Cuando surgen nuevos códigos de gestos, posturas y ademanes.

Desde la perspectiva de las exclusiones resulta importante el aporte del CURRÍCULO NULO, 8 que se nutre de las experiencias que se viven en el ámbito educativo, aunque no tienen una intencionalidad expresa y manifiesta, tienen la capacidad de producir efectos relacionados con el mundo de las **ideas**, de los **prejuicios** y la **ignorancia**.

En el campo IDEOLÓGICO aparece por dos razones:

a) Coherente con la MISIÓN y VISIÓN de la institución educativa se determinan los aspectos y temas relevantes que deben ser considerados en el diseño curricular. Por lo general, se **evita** el acceso al **análisis crítico** de los fenómenos históricos, aun aceptando que los conceptos de libertad y **democracia** son considerados sus puntos de partida. Por ejemplo, poco se conoce sobre la estructura productiva y sobre el poder económico y social global y su incidencia local y nacional; o aspectos básicos como preguntarse sobre las motivaciones e intereses de tales iniciativas o **proyectos** y a quién beneficia.

b) La ideología del docente es determinante para contemporizar los temas relacionados a su área específica. Esa situación genera un natural **conflicto epistemológico** en el discurso académico del docente, optando por la vía pragmática de tomar partido por la **omisión** -una suerte de autocensura-, a fin de evitar los **conflictos** intelectuales cuando se abordan problemas no consignados en el currículum formal, como por ejemplo cuando se contextualiza temas como «la **globalización**», «la tercera **guerra**», «las **armas** químicas», «los **derechos humanos**», «la sostenibilidad social», «las opciones sexuales», «creacionismo», «evolucionismo», etc.

La IGNORANCIA es la segunda causa y ocurre simplemente porque el docente no sabe o no se encuentra adecuadamente actualizado ni entrenado en determinados temas establecidos en el programa de la asignatura. Para nadie es desconocido que la educación secundaria es deficitaria, de igual manera puede decirse del segmento superior; por lo general cualquier título de grado disciplinar habilita ser docente universitario.

La OMISIÓN surge cuando a veces la visión institucional impone los temas que pueden ser abordados, entonces se da la figura de la **omisión impuesta**. También se da el otro tipo omisión, la **omisión consciente**, cuando se sabe que la ampulosidad del programa es imposible de desarrollar según estaba planificado, lo que provoca que aparezcan los recortes, las jerarquizaciones, selecciones, etc., para que puedan adecuarse a las nuevas circunstancias.

El currículum oculto también aparece por OTRAS RAZONES cuya existencia es poco visible, suelen pasar desapercibidas, como las relacionadas a la estructura AMBIENTAL, ACADÉMICA y ADMINISTRATIVA:

- a) El **ambiente** físico, sobre todo cuando se trata de aulas con altas temperaturas y pasillo cercanos con ruidos, lo cual genera, las primeras deformaciones de poder, en razón a que automáticamente los ambientes climatizados u otros que tienen ventajas comparativas, desde salas de profesores hasta los laboratorios comienzan a privilegiarse para sacar provecho individual y de pequeños grupos colaterales. Esto, a su vez, provoca que muchos docentes den clases en sus escritorios o en ámbitos no previstos para ese fin.
- b) La excesiva zonificación de la institución hace que no se estimule el arraigo del aula por parte del estudiante, sobre todo cuando exige una natural identificación con la **disciplina**.
- c) En las instalaciones deportivas deben franquearse trámites no siempre transparentes para hacer uso del mismo.
- d) Escaso interés del docente en una actualización académica permanente, de hecho un porcentaje se mantiene en ese **estado** provocando serias deformaciones en el cumplimiento del currículum. En paralelo este hecho provoca que haya docentes que exigen más de lo que dan.
- e) Marcado interés de un grupo de docentes que les interesa los resultados de la evaluación a la que son sometidos -por la vía de la **encuesta**- y no les preocupa aplicar cualquier instrumento para mantener buena imagen a través de regalos dirigidos: cenas, churrascos, etc., provocando un cierto clientelismo.
- f) Marcada diferenciación del docente con permanencia en relación a los docentes con carga horaria, no sólo en el plano salarial, sino de involucramiento y compromiso institucional.
- g) Para nadie es novedad que un importante grupo de docentes se la pasa conversando en horas de clases, comparando subjetivamente sus presuntos logros.
- h) **Faltas** repetidas del docente que normalmente se unen a excesos de optimismo o fatalismo.
- i) Es normal observar una visión sexista, trato especial con ciertos grupos fomentando distinción de géneros.
- j) Otra relación es la de **la familia** que se preocupa o no por algunos de sus miembros, al igual que el docente con el componente familiar, que procura sacar cierto beneficio por esa situación particular, ignorando las condiciones del contexto general.

k) En el plano administrativo las razones siguen siendo las mismas, favoritismo por afinidad y simpatía para acelerar los tiempos establecidos o allanar los requerimientos planteados.

Como se observa, el listado de las **otras razones** que emergen del currículum oculto no tiene límites, en razón a que está en directa relación al fenómeno de la diversidad, a los grupos, a los ghettos en aulas, a las camarillas, etc.

La diversidad es algo natural. Se convierte en problema cuando las personas y grupos de estudio señalados se aproximan a la práctica de la segregación, a la agresividad, a la intolerancia, al autoritarismo en tanto tratamiento injusto, al favoritismo, a la inequidad, etc.; es decir, cuando se impone el consenso mínimo, por encima del consenso máximo e interdependiente.

6. El currículum oculto y los valores

El currículum oculto actúa en las áreas de los valores, las conductas y las cualidades personales.

Nos interesa indagar cómo se produce la actuación de los valores en los niveles de inconsciencia, sobre todo en el plano psicológico del «superyo» que es donde se encuentra instalado el tema de los valores.

La **moral**, en su acepción pragmática, puede tomar conciencia de lo que puede considerarse bueno y malo, correcto e incorrecto, es como cualquier disciplina debidamente normada, gramaticalmente regulada, cuyas reglas pueden conocerse al detalle, así como sus implicancias, pero que en la vida cotidiana es incapaz de aplicarlas y cumplirlas.

De modo que la **moral** o la importancia y significado del ser, es algo que no se enseña, sino que se asume, convive y vive.

Por eso, en el proceso educativo existe la necesidad de crear las condiciones adecuadas para que el estudiante se habitúe a actuar no sólo como profesional íntegro, sino como **persona** íntegra.

En este sentido, el currículum oculto registra valores no contenidos, como algo que se vivencia en forma implícita en los distintos modos de hacer y proceder en la vida de una institución educativa. Es otra forma de reconocer la dimensión comunitaria o social en el proceso educativo.

El tema de valores nos remite e introduce el concepto de comunidad, la capacidad de saberse poner en el lugar del otro. La posibilidad de reconocer y tomar conciencia en forma **crítica** y reflexiva en el ámbito educativo, develando y haciendo explícitas las consecuencias académicas que tienen sus prácticas, y que pueden resumirse en:

- = APRENDER A SER en tanto **individuo** en el manejo de actitudes.
- = APRENDER A VIVIR JUNTOS compartiendo virtudes sociales y cívicas para la necesaria convivencia.
- = APRENDER A SABER como resultado del proceso de aprendizaje.
- = APRENDER A HACER como aplicación del conjunto de conocimientos y habilidades adquiridas.

La importancia de los valores radica en la posibilidad que docentes y estudiantes tienen de replantear, analizar y discutir libremente concepciones ideológicas, modos de ver la realidad e interpretarla, a fin de construir gradualmente un marco mental propio que contribuya a una autonomía **política** y moral, es decir, una **ética**.

Los valores implican que la experiencia educativa no es sólo relevante en la parte académica, se trata de una experiencia de «vivir juntos» un conjunto de patrones normativos necesarios para la inserción en la vida pública.

Cuando el currículum -en sus diferentes dimensiones- no contempla esas condiciones se hace latente a través del currículum oculto de la peor manera, ya que se reproducen las relaciones sociales existentes de prácticas éticamente inaceptables, como los encargos de trabajos, los grupos de privilegios, favoritismos, etc. Estas dimensiones no pueden dejarse al arbitrio, que toda vez no sólo se enseña y a aprende, sino que se educa siempre, se forma siempre, por acción o por omisión, en el entendido que es a través del proceso educativo que se generan estructuras, normas, actitudes, valores, códigos de conductas, patrones de acción y de comunicación. Este conjunto de **indicadores** valorativos viene a expresar o hacer visible el sentido compartido de comunidad dada sus posibilidades de gestión, involucramiento y consenso.

Al final la institución educativa - al margen que cumpla o no con **eficiencia** y eficacia sus roles y funciones académicas - contribuye implícitamente a formar a las personas de acuerdo a un determinado modelo social. Como se ha dicho, existen múltiples expresiones del currículum oculto en materia de valores y códigos de conducta, porque se refieren a los mensajes que son transmitidos en el aula, el ambiente educativo, en el medio social y como producto de la interacción entre ellos.

El currículum oculto, en el plano de los valores, puede servir como correa transmisora que evite los desequilibrios producto de sus tergiversaciones y aplicación azarosa, como también puede constituirse en un referente institucional que contribuya indirectamente en la comprensión y por tanto en la construcción de conciencia de personas libres, responsables y autónomas.

7. El currículum oculto y lo ideológico

El currículum oculto se refiere a la omisión y olvido de los distintos ámbitos de la realidad que son clave en la formación y compromiso del estudiante, por lo que la educación no puede mantenerse neutral o sustraerse del **debate** ideológico.

Afortunadamente se admite que la educación actual -sobre todo después de institucionalizar la Reforma Educativa como política de Estado-, se ha vuelto más respetuosa con la **igualdad** formal entre las personas y de algunos de sus **derechos** fundamentales. Ahora el mundo se presenta como un escenario de enorme potencial social y económico, necesitado de relaciones de cooperación y **solidaridad**. Obviamente, a este mundo se remite el currículum formal, o la parte visible del mensaje.

Sin embargo, como todas las cosas tiene su detrás, tiene su lado oscuro, resulta tan importante conocer la parte visible o formal de la experiencia curricular, como también de la parte omitida que se presenta dualmente real y abstracta: **el territorio de los silencios**, de las sombras, de las ignorancias, como puede observarse en los siguientes casos:

Ejemplo 1: se reconoce las desigualdades entre los pueblos, pero se analiza poco cómo se producen las relaciones entre los países desarrollados y sus implicancias políticas, comerciales y políticas con los países más pobres.

Ejemplo 2: frente a la virtual **quiebra** del sistema productivo y económico de la región -nacional y continental-, no se hacen los esfuerzos suficientes para esbozar nuevas alternativas para comprenderla y enfrentarla.

Ejemplo 3: no se incorporan al aula los nuevos **problemas sociales** como la marginación de la **población** de mayor edad o la **discriminación** racial y de respeto a las opciones sexuales; se mantienen como temas tabú.

Al parecer, el currículum formal no ha tenido la capacidad de romper la inercia tradicional e incorporar nuevas zonas de la realidad y como estos temas no son considerados, se mantiene en las penumbras, al extremo de atribuirle condiciones de dogma e inamovilidad.

No deja de ser interesante la **visión contestaria** que concibe al currículum oculto como una metodología de traducir y transformar la enseñanza en

una mercancía monopolizada por la institución educativa formal. Dentro de esta visión se explica la exitosa tendencia mundial de restringir y reducir la transmisión de conocimiento a un proceso de ascenso y especialización, proceso que en ese cometido sectorial es deficiente y que ha impedido y obstaculizado los caminos de la reflexión de los saberes en relación a los contextos de las personas y su entorno.

En ese marco, la elitización del conocimiento ha pervertido el rol de la revolución tecnológica, separándola de su **matriz** social: la sociedad. Este hecho ha ocasionado que se imponga el enfoque científico «duro», cuyo trasfondo y fin básico es la determinación y **control** de los medios y los recursos -la sistemática aplicación tecnológica de **máquinas** destructivas en conflictos bélicos artificialmente creados en cualquier lugar del planeta-, por encima del enfoque «blando» humanista que define al hombre como su razón y principal referente de su accionar.

La **profesionalización** ha separado paulatinamente **el trabajo** de la vida cotidiana, ha separado al ser humano de su entorno. La profesionalización del conocimiento se ha convertido en un bien de **consumo** y **una empresa** individual, un producto comprable en el mercado académico. Esta situación no sólo que es pertinente, sino que es legítima.

La interrogante surge cuando la profesionalización se presenta como el único fin deseable, al extremo que sólo interesa conducir al individualismo como condición de la cosificación del conocimiento, eso explica en gran medida el rigor de normas y regulaciones que se establece desde la primaria hasta el postgrado, como única manera de prepararse para la vida en sociedad, de tal manera que lo aprendido fuera de la institución educativa carece de **valor**.

Evidentemente que el saber no es individual, y solamente se logra colectivamente. El desarrollo de crecimiento mutuo es una **responsabilidad** colectiva para posibilitar un SENTIDO COMÚN que puede no requerir mediadores.

De modo que el currículum oculto, desde la perspectiva ideológica, puede considerarse como ritual para iniciarse oficialmente en la sociedad moderna, establecida institucionalmente por el ente educativo que busca esconder a su actores las contradicciones entre el **mito** de una sociedad justa y una realidad consciente de clases. Una sociedad «escolarizada» hasta la **familia** queda reducida a organismo prácticamente aculturado.

El currículum oculto aparece como un sistema de acción, una reserva ideológica que ningún docente, ni consejo consultivo puede controlar.

Por otra parte, toda organización formal e informal de la institución educativa está conscientemente dirigida a producir efectos formativos e ideológicos en los estudiantes. En relación al objeto mismo se presenta para que el estudiante adquiera hábitos de trabajo, habilidades y actitudes racionales y críticas; y por la otra que establezca una relación con los actores del proceso pedagógico y de la convivencia cotidiana.

Es interesante anotar que el estudiante que, a pesar del esfuerzo de la gestión participativa, no decide nada; es decir:

No es el que decide lo que debe aprender.

No decide cómo deberá aprenderlo.

No decide cuándo deberá aprenderlo.

No decide en qué condiciones se considera que se ha aprendido o no.

Definitivamente, el aprendizaje ha sido, es y será decidido por otro (s), esta constatación hace tambalear el modelo pedagógico constructivista y varios de sus coetáneos. Ya no importa que éste u otro docente sea el facilitador, una lejana pero visible **autoridad** educativa ha sido la proveedora del currículum. Resulta irresponsable pensar que el estudiante deba decidir qué, cómo, cuándo y en qué circunstancias debe mediar el proceso del aprendizaje; sin embargo debemos reconocer que la sociedad tiene igualmente el derecho y el deber de decir algo al respecto 10.

Frente al rigor normativo del currículum formal es que se define la **organización** del espacio o el horario, hasta las formas de autoridad de los docentes, pasando por la competencia o la cooperación entre los estudiantes. Siempre existen opciones que configuran relaciones distintas y por consiguiente experiencias pedagógicas diferentes que obviamente producirán efectos diferentes entre los estudiantes. El surgimiento de esas relaciones nos lleva a pensar lo lento que resulta percibirlo. Significa que el cambio de las relaciones sociales del proceso educativo de la institución universitaria es más lento y más difícil de reconocer y controlar que el cambio real que se produce en la cultura estudiantil.

8. Reiteraciones, a manera de conclusiones

Una institución universitaria moderna se enmarca en la tendencia de formar recursos humanos que demanda el desarrollo, para lo cual se implementan novedosas estrategias de imagen pública, considerando que la formación de profesionales responden a algún tipo de demanda en el mercado de trabajo, ratificando de ese modo su articulación útil y funcional de la universidad con la sociedad.

Sin embargo, si bien es legítimo asignar un fin específico a la universidad, el proceso pedagógico se produce a través de la experiencia curricular en sus tres niveles -formal, real y oculto- y otros más, que se unen e interactúan para dar lugar la construcción comunitaria de los conocimientos, habilidades, valores y actitudes del estudiante como parte de un todo.

Los nuevos roles del currículum oculto son aprendidos y adquiridos, no por **libros** o documentos de docentes, sino por sus actitudes y las relaciones sociales que establecen con los estudiantes aunque los atributos de PASIVIDAD, REPETICIÓN y TEMOR no aparecen en el currículum formal, **sí existen**.

El currículum oculto tiene la capacidad de mostrar las contradicciones entre lo que **se dice** y **hace**, por lo que resulta una exigencia que la institución capite permanentemente e **informe** sistemáticamente a los docentes sobre sus responsabilidades en tanto mediador y facilitador, a fin de no distorsionar los objetivos del currículum.

Por desconocimiento, falta de compromiso institucional o simplemente por incompetencia vocacional se tiene la sensación de que la estructura curricular vigente no es totalmente la adecuada. En otros casos, se piensa que el modelo debe responder a una visión de élite; sin embargo, en paralelo, se reducen grupos de estudiantes y docentes, obviamente como producto de la crisis económica, pues al parecer el sistema formal no ha sido considerado convenientemente.

En lo interno el problema recurrente reside en que, por lo general, no se conocen las experiencias de docentes y estudiantes, a tal extremo que sus resultados no permiten ser evaluaciones interna ni externamente, al punto que se desconocen los resultados. La necesidad de la evaluación permanente -transversal, horizontal o cruzada- debería ser otra estrategia que debe ser tomada sin mayores sorpresas. Un intento en esta materia por lo general es inmediatamente resistida.

Externamente, el contenido del currículum puede evaluarse a partir de lo establecido por la demanda social, política y económica; más difícilmente pueda establecerse el **equilibrio** evaluativo de lo que se desea enseñar, lo que se debe enseñar y lo que finalmente se aprende. El currículum al tener la capacidad de integrar la **teoría** y la práctica en sus diferentes expresiones, el currículum integra lo que sucede en el medio exterior y lo que acontece en las aulas, por tanto contempla lo que **debe ser** y lo que verdaderamente **es**.

Otra invariable que desnuda el currículum oculto es el sistemático aislamiento de los docentes, en correspondencia a la libertad de cátedra mal entendida, por lo cual su **desempeño** se desarrolla en forma cerrada y aislada. El tema no pasa por que sea explícito o no; por el contrario, hay que difundir que existe el currículum oculto que se escribe y nutre cotidianamente por todo lo que no está escrito.

Finalmente se propone lo siguiente:

1. Enfocar el tratamiento del currículum oculto en forma reflexiva entre los actores del proceso educativo, a fin de clarificar lo que se entiende por cada uno de los valores básicos y reconocer los criterios y líneas prioritarias de acción dentro de una visión global de la acción institucional.

Significa tener definido un conjunto de principios sustantivos de valores, normas y hábitos consensuados y aceptados como base de la acción educativa.

La revisión de normas y reglamentos (participativa y consensuada) debe concebirse para ser aplicada en una comunidad, a fin de cambiar el sentido de la disciplina, que supere el sesgo represivo y se convierta en un medio para conservar y fortalecer la comunidad, como expresión y parte de la vida comunitaria.

Las reuniones - trabajo sistemáticamente planificadas para el efecto deben plantearse para fortalecer sus nuevos roles, así como para constituirse en un nuevo ritual para fortalecer el sentido de comunidad y mayor involucramiento en los asuntos comunes, en sus dimensiones internas y externas.

- 2: El currículum oculto debe servir para reflexionar sobre los efectos sutiles que se producen entre la dimensión académica que se desarrolla en paralelo a la experiencia educativa del estudiante.

De este modo surgen las preguntas de rigor:

¿Dónde está? (donde se encuentra)

¿Dónde y cómo funciona?

¿Qué se necesita mejorar? (a partir del propio mundo implícito).

¿Qué valores profesamos? (en términos de coherencia de lo se dice y hace).

¿Dónde nos ubicamos en relación a esos valores? (hasta qué límites se percibe la coherencia)

¿Es coherente la experiencia con los valores? (que se profesan en el marco del proceso)

¿Qué mejoras se pueden alcanzar?

¿Son adecuados los criterios para evaluar la experiencia?

La forma en que se responda a esas interrogantes se puede corregir, compartir y enseñar para determinar finalmente qué valores son apropiados y deseables, el compromiso de adoptarlos y sobre todo de actuar en consecuencia, es decir, como nos ha enseñado el currículum oculto, ir más allá de lo evidente.

9. NOTAS

- 1 Casarini Ratto, Martha: «Teoría y diseño curricular». Edición Trillas. México 1999. Pág. 1-36
- 2 Arnaz A, José: «La planeación curricular». Edición Trillas. 1989. Pág. 9.
- 3 Lundgren, U P: «Teoría del currículum y escolarización» (traducción Caridad Clemente Aparicio). Edición Mora. 1992. Pág. 71.
- 4 Furlán, Alfredo: «Currículum e institución». CIEEN. México. 1996. Pág. 98.
- 5 Jiménez Martínez, Paco y Vilá Suñé Monserrat: «De la educación especial a la educación en diversidad». Málaga. Editorial Aljibe. Pág. 209.
- 6 Para la descripción de los tipos de currículum se ha seguido el ordenamiento propuesto en el DES. En: Limpías, Víctor Hugo: «Planificación de la Educación». Documento de estudio PPS-DES. UPSA. 2001. Santa Cruz.
- 7 Ob. Cit. pp. 7-8.
- 8 Documento interno de la cátedra de Didáctica de la Educación, IDFD, Rauch, 1996. En: contexto-educativo.com.ar/2000/6/nota-08.
- 9 Vera Herrera, Ramón: «Escalera al vacío» -11:09:02- www.jornada.unam.mx/may99.
- 10 Fernández Enguita, Mariano: «Ideología y currículum.» En: luces y sombras: www.quadernsdigitals.net.

BIBLIOGRAFIA

- 1 Arnaz A, José: «LA PLANEACIÓN CURRICULAR». Edición Trillas. 1989.
- 2 Bautista -Vallejos, José Manuel: «EL CURRÍCULUM OCULTO». Universidad de Sevilla. En: www.educadormarista.com/ARTÍCULOS/CURROCU.
- 3 Buitrón Morales, Nachelly: «EL CURRÍCULUM: UN ACERCAMIENTO PROFUNDO AL TÉRMINO...». Departamento de Letras del ITESM. Número 26. México.
- 4 Casarini Ratto, Martha: «TEORÍA Y DISEÑO CURRICULAR». Edición Trillas. México 1999.
- 5 Cátedra de Didáctica de la Educación, IDFD, Rauch, 1996. En: contexto-educativo.com.ar/2000/6/nota-08.
- 6 Chaparro Plata Garcia, Paulina: «RELACIÓN ENTRE CURRÍCULUM OCULTO Y CURRÍCULUM EXPLÍCITO». En: www.lafacu.com/apuntes/educación.
- 7 Fernández Enguita, Mariano: «IDEOLOGÍA Y CURRÍCULUM» En: luces y sombras: www.quadernsdigitals.net.
- 8 Hernández Puebla, Rubén: «EL CURRÍCULUM OCULTO Y SUS IMPLICANCIAS EN EL SISTEMA EDUCATIVO MEXICANO». En: Revista Digital. Buenos Aires. Año 7. No. 49. 2001.
- 9 Furlán, Alfredo: «CURRÍCULUM E INSTITUCIÓN». CIEEN. México. 1996.
- 10 Jiménez Martínez, Paco y Vilá Suñé Monserrat: «DE LA EDUCACIÓN ESPECIAL A LA EDUCACIÓN EN DIVERSIDAD». Málaga. Editorial Aljibe.
- 11 Limpías, Víctor Hugo: «PLANIFICACIÓN DE LA EDUCACIÓN». Documento de estudio PPS-DES. UPSA. 2001. Santa Cruz.
- 12 Lundgren, U P: «TEORÍA DEL CURRÍCULUM Y ESCOLARIZACIÓN». Traducción Caridad Clemente Aparicio. Edición Mora. 1992.
- 13 Ornelas, Carlos: «El sistema educativo mexicano...». Fondo de cultura económica. México. 1995.
- 14 Tórres Santomé, Jurjo: «GLOBALIZACIÓN E INTERDISCIPLINARIEDAD: EL CURRÍCULUM INTEGRADO». Edición Morata. 1996.
- 15 Vera Herrera, Ramón: «ESCALERA AL VACÍO» 11:09:02. En: www.jornada.unam.mx/may99.

Arq. Virgilio Suárez Salas

Docente Coordinador Proyecto de Grado y Extensión Universitaria FADU-UPSA.

virgilio Suarez@aroba.upsa.edu.bo

virgilio sur@aroba@hotmail.com

Comentarios

Para dejar un comentario, [regístrese gratis](#) o si ya está registrado, [inicie sesión](#).

Trabajos relacionados

[Pedagogía visible y educación invisible](#)

Una nueva educación. Aprender a pensar y a vivir. El sistema de objetivos fundamentales de la educación. La actividad y ...

[Curso de formación de animadores de UNESCO](#)

Marco conceptual de la figura profesional del animador UNESCO experto en desarrollo. Perfil y funciones del profesional....

[Programación Neuro-Lingüística](#)

Bases teóricas de la programación Neuro-Lingüística. Funcionamiento del cerebro. Programación Neuro-Lingüística en el pr...

Ver mas trabajos de [Educacion](#)

[Educación en Línea](#)

Estudios universitarios a distancia Titulados y Carreras para adultos.
www.aiu.edu/_Universidad_

[Universidad de Australia](#)

Para saber más sobre Estudiar en Australia - Pregunte Ahora!
www.educaraustralia.com.au

[Curriculum Development](#)

Need Curriculum Development Help? Find it here!
www.megasearchnew.org

[Oportunidades en Forex](#)

Mercado 100% Líquido Resultados inmediatos
www.ac-markets.com/inversion/



Anuncios Google

Nota al lector: es posible que esta página no contenga todos los componentes del trabajo original (pies de página, avanzadas formulas matemáticas, esquemas o tablas complejas, etc.). Recuerde que para ver el trabajo en su versión original completa, puede descargarlo desde el [menú superior](#).

Todos los documentos disponibles en este sitio expresan los puntos de vista de sus respectivos autores y no de Monografias.com. El objetivo de Monografias.com es poner el conocimiento a disposición de toda su comunidad. Queda bajo la responsabilidad de cada lector el eventual uso que se le de a esta información. Asimismo, es obligatoria la cita del autor del contenido y de Monografias.com como fuentes de información.

El Centro de Tesis, Documentos, Publicaciones y Recursos Educativos más amplio de la Red.
[Términos y Condiciones](#) | [Haga publicidad en Monografias.com](#) | [Contáctenos](#)
© 1997 Monografias.com S.A.



Diseño | Reflexión | Polémica | Casos

Norberto Chaves | Rubén Cherny | Joan Costa | Jacinto Salcedo | Reinaldo Leiro | Andrés Muglia | Roberto Doberti | Juan Miguel Lorite Fonta | Javier González Solas | Jorge Luis Rodríguez | Daniel Ghinaglia | Miguel Ángel Brand | Armando Busquets | Jorge Luis García Fabela

El diseño ¿es arte?

Una discusión que lleva muchas décadas, pero parece estar siempre en el mismo punto: para muchos el diseño es arte y para muchos no. Destinamos este espacio a compilar todas las posiciones respecto a esta cuestión nunca saldada pero, por lo visto, totalmente vigente. Resulta curioso el desbalance entre uno y otro «bando». Tal vez la discusión interese sólo a los van por la negativa, o tal vez los otros no estén motivados para explicar su posición por escrito. El tiempo dirá.

No

- ❖ Según Joan Costa las semejanzas entre arte y diseño son puramente formales, pues en ocasiones el diseño se alimenta de las estéticas del arte (La eterna e inútil discusión). Quienes consideran al diseño «arte decorativa» o «arte aplicada» desconocen que el arte no tiene por objeto decorar, embellecer, ni producir estéticas de consumo. Que los diseñadores copien sus formas, no convierte a las cosas en arte, ni siquiera les otorga el estatuto de «artísticas». (Cuando el arte sirve para..., deja de ser arte).
- ❖ En «Lo específico del diseño» Reinaldo Leiro explica que las diferencias entre diseño y arte, no deben buscarse en sus procedimientos técnicos sino en los fines de cada actividad: el arte tiene como fin plantear los problemas y el diseño resolverlos.
- ❖ Jorge Luis Rodríguez coincide con el argumento de Reinaldo Leiro y agrega que «el artista tiene como fin la subjetividad de su pregunta; el diseñador la objetividad del mensaje al que ayuda». (Por qué el arte no es diseño)
- ❖ Roberto Doberti reconoce influencias y aportes del arte, pero también de las ciencias y de la tecnología, y distingue a las disciplinas proyectuales (el proyecto) como una cuarta categoría del hacer y el pensar. (La cuarta posición)
- ❖ Para Juan Miguel Lorite Fonta el arte es uno más de los problemas que el diseño —entendido como proceso de creación, desarrollo y producción— puede resolver. Para él, el diseño no es arte, pero el arte puede diseñarse. (La obra de arte como objeto diseñado)
- ❖ En «Parecido no es igual» Daniel Ghinaglia responde a Andrés Muglia aclarando que si bien «la creatividad tiene gran importancia tanto en la práctica artística como en la del diseño, [...] es una capacidad humana que todos tenemos en mayor o menor medida, pero que no aplica de la misma forma a todo lo que hagamos». También sostiene que «el trabajo del diseñador está determinado por muchos condicionantes y el del artista, por lo general, no».
- ❖ En «¿Diseño o estética utilitaria?» Miguel Ángel Brand acuerda con Rodríguez en que, es la coincidencia ocasional entre la estética del "Arte" y la estética del diseño, la que da lugar a la confusión, y distrae de los objetivos particulares de cada actividad. Pero agrega que el verdadero origen de la controversia es de orden semántico: no todos otorgan el mismo sentido a la palabra "Arte".

- ❖ Para Rubén Cherny es imposible esperar de los productos originados en la industria cultural, ningún potencial emancipador como el que alguna vez tuvo el arte: el diseño no es arte porque el arte ha muerto. (Sobre las ruinas del progreso)
- ❖ Norberto Chaves recuerda a quienes ven al diseño como un arte que existe una «amplia producción de objetos y mensajes de gran calidad de diseño, pero modestamente utilitarios.» (El oficio más antiguo del mundo).
- ❖ En «1917: del diseño al arte» Armando Buequets aprovecha la historia real del urinario de Duchamp para explicar el fenómeno de re-significación mediante el cual un objeto, diseñado o no, se convierte en obra de arte. Aunque no deja asentada su posición respecto al tema, se deduce que va por la negativa, ya que traza una muy clara línea entre arte y diseño.

Probablemente

- ❖ Jacinto Salcedo encuentra diferencias y coincidencias. Duda de la vigencia del concepto de arte y se pregunta: ¿el diseño no será «el arte de nuestra época»? (Fronteras: diseño y arte)

Sí

- ❖ Andrés Muglia deja sin efecto el argumento de que el diseño se diferencia del arte porque surge de un encargo de un tercero, al explicar que el artista también puede responder a demandas externas. Asegura que el tipo de proceso (creativo) que aplican los diseñadores durante el proceso de diseño es equivalente al de los artistas plásticos, y que, a pesar de la recomendación de objetividad impuesta por el diseño racionalista, en los procesos de diseño siempre tiene lugar una serie de decisiones que apelan a la subjetividad del individuo. Esa subjetividad sería el espacio de lo artístico en el diseño. (Las artes plásticas y el diseño)
- ❖ En «El diseño gráfico como arte visual» Jorge Luis García Fabela acuerda con Muglia en la invalidez del argumento de la demanda externa, y agrega que «hay diseñadores gráficos que pintan y también es conocido que existen connotados artistas que hacen diseño gráfico». También aclara que, al igual que el diseño, «el arte no puede verse privado de la persuasión ni del beneficio estético y puede proporcionar utilidad o provecho estético, espiritual y económico», rebatiendo uno de los argumentos de Joan Costa.

Debate iniciado el 23/10/2005

Los artículos publicados no expresan la opinión de FOROALFA sino la de sus autores. Los editores no asumen responsabilidad alguna por su contenido y/o autoría. Se permite la reproducción total o parcial del material, siempre que se cite claramente el nombre de la fuente (FOROALFA), el nombre del autor, el título del artículo y la URL (<http://foroalfa.org>), tanto en medios impresos como en medios digitales. En el caso de reproducciones totales en medios digitales, todos los créditos deberán figurar tanto en el encabezado como en el pie del texto reproducido. En ningún caso deberá incluirse el signo © (*Copyright*).

Concepto	PERFIL PROFESIONAL
Definición:	Perfil profesional: conjunto de capacidades y competencias que identifican la formación de una persona para asumir en condiciones óptimas las responsabilidades propias del desarrollo de funciones y tareas de una determinada profesión.
Ejemplos:	- El perfil profesional del arquitecto técnico
Conceptos relacionados:	Objetivos, competencias, plan de estudios...
Características:	Los perfiles profesionales evolucionan y cambian según la demanda ocupacional y el mercado de trabajo, por tanto son dinámicos. Deben considerar la demanda social es decir, las necesidades sociales de los grupos que son objeto de la intervención. Son analíticos, pues posibilitan orientar y promover el comportamiento futuro e identifican espacios y condiciones disponibles para desarrollar determinadas estrategias y acciones. Y obedecen a la racionalidad esbozada por el currículo del plan de estudios. La primera tarea del diseño de las futuras titulaciones consistirá en definir el perfil profesional del egresado y determinar las competencias que dicho perfil integra. Una vez fijadas las competencias del perfil profesional se elaborará el plan de estudios con las asignaturas que comprende y el reparto de los créditos totales entre las asignaturas que integra el plan de estudios. Los contenidos de los programas tienen que estar orientados a garantizar el desarrollo de las competencias propias de un primer nivel de profesionalización, a nivel de grado. El postgrado permitirá un nivel mayor de profundización, especialización y dominio de las competencias profesionales exigidas por los perfiles académicos y profesionales de los egresados de las titulaciones. Las competencias pertinentes al perfil profesional se determinarán según los criterios de los académicos, los empleadores y los graduados.
Categorías/clasificaciones	

Concepto	PLAN DE ESTUDIOS
Definición:	Es el diseño curricular concreto respecto de unas determinadas enseñanzas realizado por una universidad, sujeto a las directrices generales comunes y a las correspondientes directrices generales propias, cuya superación da derecho a la obtención de un título universitario de grado de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional.
Ejemplos:	- Enseñanzas de grado en Filosofía. - Enseñanzas de grado en Pedagogía.
Conceptos relacionados:	Créditos ECTS, didáctica, objetivos, conocimientos previos, competencias, contenidos, metodología de E/A, actividades de E/A, cronograma de actividades, evaluación...
Características:	El plan de estudios ha de estar diseñado de tal forma que contemple la formación, preparación y entrenamiento de futuros profesionales mediante la aplicación de un método investigativo general y de los métodos y normas particulares de las diferentes disciplinas, con responsabilidad y conciencia de su incidencia en la sociedad. Los planes de estudios se elaboran y aprueban por las universidades, en la forma que determinan sus estatutos o normas de organización y funcionamiento, previa autorización de su implantación por el órgano competente de la respectiva comunidad autónoma. Deben ajustarse a las directrices generales comunes y a las directrices generales propias que el gobierno establezca para cada título y se homologan de acuerdo con la normativa vigente al respecto.
Categorías/clasificaciones	- Estudios de Grado: comprenden las enseñanzas universitarias de primer ciclo y tienen como objetivo lograr la capacitación de los estudiantes para integrarse en el ámbito laboral europeo con una cualificación profesional apropiada. - Planes de estudios conjuntos: los conveniados por las universidades (dos o más) para la obtención de único título oficial de grado, cuyas enseñanzas se imparten en las distintas universidades españolas. Los conveniados con universidades extranjeras pueden conducir a la obtención de una doble titulación. - Estudios de Posgrado. Integran: a) Segundo Ciclo (título de Máster). Formación avanzada dirigida a una especialización académica o profesional o bien a promover la iniciación en tareas investigadoras. b) Tercer Ciclo (título de Doctor). Representa el nivel más elevado de la Educación Superior.

FOROALFA

Diseño | Reflexión | Polémica | Casos

Joan Costa

La eterna e inútil discusión

Barcelona | 23/10/2005 | ¿Por qué el diseño no es arte? Para responder a esta pregunta nada mejor que confrontar con los argumentos que suelen esgrimirse en contrario.



—¿El diseño es arte?

—No, querida. Diseño es diseño.

—No me negarás que el arte y el diseño tienen mucho en común....

—También tú y yo tenemos mucho en común, pero somos diferentes. Lo que tenemos en común pertenece a la especie. Pero lo que define nuestra identidad como individuos únicos e irrepetibles no es lo que tenemos en común, sino justo lo que nos es propio psicológica y culturalmente.

La teoría de la Forma ya nos enseñó que la percepción asocia lo que se parece. Pero cuando vas más allá de la percepción en busca de un conocimiento, y encuentras una sola diferencia, entonces sigue observando y descubrirás más y más diferencias. Las únicas semejanzas entre arte y diseño son puramente formales. Pero La Gioconda y la marca de Mercedes son algo más que formas.

—Pues no deben ser muy diferentes, porque hay artistas que hacen diseño y diseñadores que hacen arte.

—Uno puede hacer muchas cosas distintas, pintar un cuadro, diseñar un cartel, cocinar y jugar al ajedrez. Lo esencial de tu pregunta no es la persona que hace la cosa, sino la cosa que hace esta persona: ¿arte o diseño? O más exactamente: lo que interesa es la *naturaleza* de esas cosas.

—Tú dirás lo que quieras, pero hay diseños que tienen valores artísticos innegables.

—¿Lo artístico? no es el arte. Leonardo, Van Gogh o Picasso no son ¿artísticos?. El adjetivo ¿artístico? está ligado al acto de la creación. Pero estamos hablando de sustantivos y con mayúscula: Arte y Diseño. Desconfía del adjetivo ¿artístico? cuando se aplica a algo que no es arte. Pero desconfía también del ¿diseño? como adjetivo: muebles de diseño, ropa de diseño, peluquerías de diseño o drogas de diseño.

—Entonces, si hablamos de arte, ¿tenemos que pensar en belleza, en una cierta poética?...

—La belleza o la poética es lo que a menudo es la razón de la obra de arte. La belleza, o incluso la fealdad, es al arte lo que la estética es al diseño. Pero una estética funcional. El diseño no es arte pero vive de él porque se alimenta de sus diferentes estéticas. De ahí vienen las confusiones.

—Pues yo comparo diseño con Kandinsky, Klee y Mondrian.

—¿Y por qué no con Rubens, El Greco o Grünewald?

—Pues porque no tienen nada que ver.

—¿Cómo que no! ¿No hablamos de arte?

—Sí pero no del arte clásico.

—Entonces tu pregunta está mal formulada o plantea un falso problema. En cualquier caso, ¿a qué arte te refieres? Si lo que piensas es si el diseño es arte postimpresionista, o expresionista, o informalista, o surrealista, entonces la pregunta todavía tiene menos sentido.

—Pues vamos a darle la vuelta. ¿Bacon, el cubismo, una *performance* y una instalación son arte?

—Sí. Son expresiones distintas de lo esencial.

—¿Y qué es lo esencial?

—Lo esencial es que el arte se hace preguntas y el diseño soluciona problemas. El cubismo, la abstracción no son experimentos, son cuestionamientos sobre la vida, el mundo, nuestras ideas sobre todo esto, la sociedad, los valores, la mente humana.

—¿Preguntas sobre la mente?

—Sí, sobre la naturaleza humana. Tú sabes que la geometría, la matemática, el espacio y el tiempo no están en el entorno, sino en nuestro modo de percibirlo y de concebirlo. Están en nuestro cerebro. El arte cubista proyecta formas mentales en la representación pictórica del mundo. Y estas formas son geométricas porque salen de dentro, no están afuera. Los pintores divisionistas o puntillistas tuvieron una intuición genial sobre la naturaleza de la luz, de la visión y de la percepción del color. Cuando Kandinsky, Klee o Mondrian cierran los ojos a la realidad externa y miran hacia adentro, su lenguaje plástico es la forma pura (el *¿signo absoluto?* como decía Walter Benjamin), la geometría, el color puro, el signo gráfico, el punto, la línea. En la Naturaleza no hay líneas ni contornos, pero sí están en la naturaleza del signo, el dibujo y la escritura.

—Decir signo, dibujo y texto es hablar de diseño.

—Hablo de grafismo, que no es lo mismo. Grafismo es el universo de *¿lo gráfico?*, lo que los griegos llamaron *graphein* cuando encontraron, en la mano humana, la raíz común del dibujo y el escrito.

—Por eso hablamos de arte gráfico.

—Es bien cierto que hay *arte gráfico* y también *diseño gráfico*. El primero es el dibujo y el grabado de las Bellas Artes. El segundo es la praxis que nació con la imprenta *gutenberguiana*, el dibujo de los tipos de letra, la composición de la página impresa (por cierto, con la *¿proporción áurea?* o el *¿número de oro?*, que definían la arquitectura de la página impresa, es decir, una síntesis de la geometría y la matemática: cosas mentales). Después vino el cartel, que ya no está emparentado con el dibujo sino con la pintura. Que no es el mundo de la línea sino de la mancha. Luego vendría la Bauhaus en pleno

industrialismo, que convirtió la praxis artesana del diseño al rango de disciplina.

Arte gráfico y diseño gráfico tienen en común el *graphein*, es decir, el origen, que no es otro que la mano que *traza*?. Pero uno sigue siendo arte y el otro diseño.

—Siguiendo tus razonamientos sobre las diferencias, también podríamos añadir que el diseñador trabaja para un cliente que le paga y juzga su trabajo.

—Es así pero sólo hasta cierto punto, porque también grandes artistas eran pagados ya fuera por donantes, mecenas o cortesanos. Lo que es esencial aquí no es que el diseñador reciba dinero por su trabajo, lo cual es justo, sino que quien le paga, ¿su cliente, ¿le impone el objetivo, el fin, la función de lo que ha de hacer e incluso lo que debe conseguir. No le dirá cómo debe hacerlo (éste es el campo de libertad del diseñador), sino qué debe hacer para lograr el objetivo de su cliente.

—Ya, el artista es libre. Nadie le impone un objetivo. Esto enlaza con lo que decías sobre la función del diseño, que es resolver problemas.

—Así es. El diseño no tiene otra ideología que la eficacia.

—Bueno, pero imagino que Goya quería ser eficaz...

—La eficacia es el objetivo del pragmatismo, no del arte. El diseñador gráfico busca la eficacia en la solución de un problema de comunicación, igual como el diseñador industrial busca la eficacia en un problema de funciones.

—El objeto industrial también comunica.

—Pero su función primera y esencial no es comunicar. Y sí es comunicar la función primera y esencial del mensaje gráfico. Un objeto no es un mensaje. Y si decimos que un objeto como unas tijeras o un zapato comunican es porque todo lo que es visible, toda forma, *significa*.

—Si el diseño es comunicación, el arte también es comunicación, del artista con el público.

—Y hablar por teléfono también es comunicación. Pero insisto. Lo esencial no es que todo lo que percibimos comunique, cada cosa a su manera, sino qué es lo que se está comunicando. Y sobre todo, *para qué*. El diseñador quiere seducirte para que compres un producto, para meter una marca en tu cabeza, para que votes a un candidato o para que no te extravíes por los laberintos de monstruosos aeropuertos como el de Madrid Barajas. Estas son funciones del diseño. Que bien poco tienen que ver con el arte. Porque el artista no se conforma al mundo sino que se le opone.

—Sin embargo, los diseñadores no han cesado de preguntarse si el diseño es arte, ¿por qué, entonces?

—Yo veo en esta fijación del diseñador gráfico una parte de nostalgia histórica. El artista nunca se pregunta si eso que está haciendo será diseño. Tampoco los otros profesionales del diseño cuando diseñan una cafetera, un tractor o un frigorífico se preguntan si acaso están haciendo arte. Esto tampoco se lo plantean Calvin Klein o Toni Miró. Y veo aquí otro signo, un tanto freudiano, que revela la frustración de muchos diseñadores gráficos, que empezaron soñando con ser artistas y han acabado siendo operadores. Pero siguen empeñados en meter el arte en su trabajo como sea, y hablan de *¿arte final?* y de *¿dirección de arte?*. ¿Por esnobismo o por consolarse?

—Palabras....

—En el mundo del diseño, que es un mundo de símbolos, las palabras son fundamentales.

La palabra diseño está muy connotada del *disegno* del Renacimiento italiano, que significa, como quería Vasari, el Dibujo, ¿el padre de nuestras tres artes: Arquitectura, Escultura y Pintura?

Por el contrario, la palabra *design* es más precisa. Corresponde claramente al industrialismo nacido en Inglaterra, a la cultura técnica, que es la nuestra nos guste o no.
—Dime, ¿cuándo nace el arte?

—En la prehistoria, con el sentimiento simbólico de *sapiens*, que no sabía lo que era arte.
—¿Y el diseño?

—En el Renacimiento germano-italiano. Nace como *grafismo* con la imprenta gutenberguiana, o sea, a través de un medio técnico de producción. Y se consagra como *diseño* con la Bauhaus, en plena revolución industrial. El diseño (*design*) es hijo de la economía de producción.

—No sé si me has convencido, pero me has dado mucha materia para pensar.

Publicado el 23/10/2005.

Este artículo debate en:

[El diseño ¿es arte?](#)

Los contenidos publicados no expresan la opinión de los editores y responsables de FOROALFA, quienes no asumen responsabilidad alguna por autoría y naturaleza. Se permite la reproducción total o parcial del material, siempre que se cite en forma clara y visible el nombre de la fuente (FOROALFA), el nombre del autor, el título del artículo y la URL (<http://foroalfa.org>), tanto en medios impresos como en medios digitales. En el caso de reproducciones totales en medios digitales, todos los créditos deberán figurar tanto en el encabezado como en el pie del texto reproducido. En ningún caso deberá incluirse el signo © (*Copyright*).



Diseño | Reflexión | Polémica | Casos

Juan Miguel Lorite Fonta

La obra de arte como objeto diseñado

Madrid | 26/05/2006 | Más allá de las formas, estructuras, fines y preguntas a las que la obra de arte y el objeto diseñado responden y presentan, se encuentra la participación de un mismo aliento: el proceso de creación, desarrollo y producción que hemos convenido en llamar diseño.



Las convenciones, aunque desestimadas por su ligazón con lo normativo, con lo que aprisiona a veces la creatividad, con lo llamado a ser superado, se nos hacen sin embargo necesarias si queremos abordar el terreno de lo conceptual; sería infructuoso discurrir a través del arte y del diseño sin fijar un marco desde el cual comparar, proponer o experimentar. De ahí que convenir en aceptar una definición para ambos conceptos será nuestro primer escalón.

Arte: "El arte es una actividad humana consciente capaz de reproducir cosas, construir formas o expresar una experiencia, si el producto de esta reproducción, construcción, o expresión puede deleitar, emocionar o producir un choque", escribe de manera limpia y perfecta el esteta Tatarkiewicz.

Diseño: Aquel proceso de creación, desarrollo y producción de un objeto que intenta dar respuesta a una necesidad y que lo hace en el contexto de una compleja amalgama de condicionamientos técnicos, sociales y políticos; de características históricas y psicológicas.

Con esto ya tenemos una referencia desde la que apoyarnos. La decisión de tomar éstas y no otras definiciones descarta planteamientos diferentes, quizás tan o más interesantes, pero hay que decantarse por un sendero si se quiere llegar a un destino (equivocado o no, siempre será un destino, contrario a un vagabundeo conceptual, circular).

El problema de los tres cajones

Dado este planteamiento, lo común es construir entonces el cajón "arte" y el cajón "diseño", desparramar por la moqueta todos los objetos creados conscientemente por el hombre a través de su historia e ir clasificando: bodegón metafísico de Morandi, está claro, al arte; máquina de escribir Olivetti, diseño; Peine del viento, Chillida, otro para el cajón de arte; tipografía Futura, Paul Renner, diseño;... y así hasta clasificar todo o casi todo lo creado. Surgirían dudas con respecto a ciertas obras encontradas en el arte (la

escultura románica, ¿arte o un sistema altamente normalizado de comunicación visual de divulgación religiosa?); con obras de diseño (los títulos de crédito de Saul Bass ¿no podrían exponerse en el MoMA?). Se intentaría, por fin, encajar alguno de los cajones en el otro y, seguramente, estos cederían para desparramar su contenido otra vez por la sufrida moqueta. Tarde o temprano alguien nos regañaría por el desorden.

El problema reside en que no podemos disponer esos dos contenedores de tal manera que todo quede clasificado y en su sitio. Junto al contenedor de arte, es decir, de aquellos objetos contruidos, aquellas formas reproducidas o experiencias expresadas conscientemente para deleitarnos, emocionarnos o conmocionarnos sólo podemos colocar el cajón de aquellos objetos, formas o expresiones que no fueron creados para ese fin o únicamente para ese fin. Allí estarían los creados con el fin de vestirnos, de sujetarnos, de ayudarnos a comer, de superar enfermedades y deficiencias físicas, pensados para otorgarme identidad de grupo, para informarme, para dormir y descansar, para transportarme, para amar, para matar... en sí ya es paradójico (y muy occidental) tener separados en distintas categorías fines que se encuentran real y profundamente integrados, indivisibles en nuestra experiencia de vida cotidiana.

Pero entonces, ¿dónde está el cajón preparado para el diseño? Otras preguntas nos darán la clave: qué procesos se desarrollan desde que el artista concibe mentalmente su obra hasta que es materializada, cuáles son las diferencias proyectuales que hacen que el proceso de análisis, creación y producción de un moderno secador de pelo sea distinto al de una obra de arte (una instalación de arte electrónico, una escultura, una pintura, una performance, etc.).

Desenlace y conclusión

Es fácil entender el porqué del anfibio que resulta ser aquel que reside y trabaja en el campo de la ideación y la creatividad; sus recursos de anticipación, intuición y análisis de la realidad podrían ponerse al servicio de cualquier instrumental y cualquier función. Un modelo de objeto industrial, un texto literario, esta nueva receta que hoy cocino, el mural que preside el museo, realizados con distintas herramientas, con distintos condicionantes y recursos (pigmentos, pimienta, letras, información) y respondiendo a distintas necesidades pero participando todos ellos de un mismo aliento: el proceso de creación, desarrollo y producción que hemos convenido en llamar Diseño.

Solución al problema de los cajones: el cajón dedicado al diseño es la habitación enmoquetada en la que se encontraba el cajón que albergaba el arte; esto es, la obra de arte como objeto diseñado.

Publicado el 26/05/2006.

Este artículo debate en:

El diseño ¿es arte?

Los contenidos publicados no expresan la opinión de los editores y responsables de FOROALFA, quienes no asumen responsabilidad alguna por autoría y naturaleza. Se permite la reproducción total o parcial del material, siempre que se cite en forma clara y visible el nombre de la fuente (FOROALFA), el nombre del autor, el título del artículo y la URL (<http://foroalfa.org>), tanto en medios impresos como en medios digitales. En el caso de reproducciones totales en medios digitales, todos los créditos deberán figurar tanto en el encabezado como en el pie del texto reproducido. En ningún caso deberá incluirse el signo © (*Copyright*).



Diseño | Reflexión | Polémica | Casos

Reinaldo Leiro

Lo específico del diseño

Buenos Aires | 11/03/2006 | Lo que distingue al diseño y la arquitectura, del arte y las ingenierías, no debe buscarse en sus procedimientos técnicos sino en los fines de cada actividad.



Por especificidad del diseño —arquitectura y diseños— entendemos el proceso de innovación cuyo “fin último”, si bien comparte el hábitat del hombre con disciplinas de frontera como las ingenierías, el arte y las ciencias sociales, no coincide con el propósito central de dichas disciplinas.

El diseño como ciencia de lo artificial

En 1969, el economista y científico social *Herbert Simon*, Premio Nobel en 1978, publicó el libro *The Science of the Artificial*, en cuya introducción proponía considerar el universo de objetos concebido y construido por el hombre como un sistema programado con el propósito de alcanzar metas y objetivos de adecuación al entorno en que dicho sistema opera. A este sistema lo denominó “artificial”, en contraposición al ya conocido como “ciencias naturales”. Por otra parte, el autor desarrollaba su convicción de que era factible afirmar que “si los fenómenos naturales obedecían a un principio de *necesariedad* supeditado a la ley natural, tanto los objetos como los fenómenos artificiales configuraban un proceso de ‘contingencia’ debido a la maleabilidad ejercida por el contexto”.¹ Es decir, un principio referido a “cómo son las cosas” en el primer caso, y a “cómo podrían ser” en el segundo. Así como una ciencia natural, en palabras de Simon, es un cuerpo de conocimiento acerca de determinada clase de objetos y fenómenos (de sus características y propiedades, de la manera en que se comportan e interactúan entre sí y con su entorno), de la misma forma correspondería preguntarse si no es posible considerar la existencia de una ciencia destinada al conocimiento de los fenómenos y productos artificiales en lo referente a la manera en que operan entre sí, y a sus modalidades de interacción con los fenómenos naturales y con las personas para las que fueron creados.

“Ingeniería, economía, arquitectura y pintura”, sostenía el economista, “conforman las disciplinas que conciernen, no con lo necesario sino con lo contingente. En síntesis, con el diseño”, pero, como veremos, con el “diseño” concebido por Simon.

El proceso de *interface* con el que este autor define el diseño consta de tres instancias: un contexto interno del objeto mismo, un contexto externo con el que interactúa el artefacto y un propósito referido a los resultados de dicha interacción. El resultado será satisfactorio si la *interface* permite reemplazar una situación anterior por otra más

adecuada. Lo que le permite a Simon englobar en una misma área desde la ingeniería hasta el arte, es una concepción del “propósito que conduce el desarrollo de la *interface*”, dentro de los lineamientos del *problem solving*, es decir, dentro de un proceso que reduce los objetivos del programa de diseño a aquellos que están referidos a los aspectos metodológicos y objetivables del proyecto. Dentro de esta concepción de “diseño”, pueden inscribirse los “proyectos” de la economía, el arte, las ingenierías, la arquitectura, los diseños, etc. Es decir, toda tarea que tenga un propósito. La identidad, la especificidad de cada una de las áreas proyectuales, aparecerá una vez que el “propósito” de cada actividad —su fin último— se defina, más allá del proceso lógico prescriptivo, en términos de los intereses propios de cada una de las disciplinas. Esto significa que la especificidad no reside en el procedimiento, sino en el interés final del mismo.

La condición propia del diseño

Como dijimos al comienzo, si analizamos las fronteras del diseño encontraremos muchos temas y objetivos compartidos con las ingenierías, las ciencias sociales y el arte. Pero si bien la arquitectura y los diseños pueden compartir con la ingeniería las metas técnicas y de “uso”, lo hacen a través de una reformulación de las mismas con el fin de alcanzar resultados socio-técnicos, que de esta manera articulan simbología, rituales, creencias, así como determinados sistemas de preferencia referidos al lenguaje, a la comprensión y a la percepción del objeto. Este conjunto de objetivos socio-técnicos constituiría así la “condición específica del diseño”, indispensable para traducir y transferir los “útiles” (quizá un deseo protésico colectivo) y su tecnología al ámbito sociocultural. Es decir, el requisito generado por la sociedad para posibilitar la incorporación de las “entidades artificiales”, mediante la socialización y la culturización de sus propiedades. Y esta última alcanza el éxito cuando los objetos permiten y facilitan la relación entre las cosas y la gente, y cuando las cosas tienen sentido.

Como ya hemos dicho, el diseño interactúa también en mayor o menor grado con diversas áreas del conocimiento, tales como la sociología, la antropología, la historia, la ética, la estética, la ergonomía, la psicología perceptiva, la ecología, la gestión y las tecnologías. Pero este accionar interdisciplinario va más allá de una gestión coordinadora de factores técnicos y socioculturales, configurando una “disciplina autónoma” en el sistema de las decisiones socio-técnicas ya mencionadas.

En el análisis que hemos realizado hasta aquí, se distinguen tres polos interactivos: técnica, *usabilidad* y significación. A través de la interacción de estos tres polos que conforman el territorio específico del proyecto, se evidencian además los límites epistémicos del diseño: las ingenierías, si relacionamos técnica y usabilidad; las ciencias sociales, instaladas entre la *usabilidad* y la significación; y las artes, cuando actúan la técnica y la significación. En este último caso, es conocido que el arte incide de varias maneras en la percepción de la gente sobre el universo de los artefactos, pero su fin es el de plantear los problemas y no el de resolverlos. Es posible que Kant siguiera afirmando que el arte debe ser inútil.



Resulta evidente que el triángulo conformado por las tres variables mencionadas constituye una simplificación, ya que el territorio proyectual incluye, en mayor o menor grado, otras variables como la ética, la economía, el ciclo de vida, la sustentabilidad, la comercialización y la logística, pero sólo a partir de “la técnica, la *usabilidad* y la *significación*” es posible definir lo específico del diseño y su posibilidad real de innovar. De innovar con sentido.

-
1. Herbert Simon, *The Science of the Artificial*, Cambridge, Massachusetts, Londres, The mit Press, 1969.
-

Publicado el 11/03/2006.

Este artículo debate en:

[¿Qué es el diseño? El diseño ¿es arte?](#)

Los contenidos publicados no expresan la opinión de los editores y responsables de FOROALFA, quienes no asumen responsabilidad alguna por autoría y naturaleza. Se permite la reproducción total o parcial del material, siempre que se cite en forma clara y visible el nombre de la fuente (FOROALFA), el nombre del autor, el título del artículo y la URL (<http://foroalfa.org>), tanto en medios impresos como en medios digitales. En el caso de reproducciones totales en medios digitales, todos los créditos deberán figurar tanto en el encabezado como en el pie del texto reproducido. En ningún caso deberá incluirse el signo © (*Copyright*).



Diseño | Reflexión | Polémica | Casos

Milton Glaser

Lo que un diseñador debe ser

Nueva York | 05/03/2007 | Discurso pronunciado en el encuentro «Leyendas del Diseño» organizado por la AIGA (American Institute of Graphic Arts) en Octubre de 2004.



Tantas leyendas, tan poco tiempo. Rick Grefe me ha pedido que me refiera brevemente al valor de la continuidad en nuestra profesión. Por supuesto podría comenzar refiriéndome a la historia corta del diseño, quizá empezando con Peter Behrens, a quién se le atribuye la invención de los programas de identidad y la coordinación de actividades de diseño gráfico y diseño industrial. O podría considerar el inicio de nuestra historia con las primeras pinturas rupestres.

Prefiero la visión más amplia, que relaciona a nuestra actividad con las necesidades fundamentales de la especie humana: una especie cuya característica distintiva es hacer las cosas con un propósito; lo que resulta ser la descripción justa de lo que hacemos los diseñadores.

Toda grandiosidad y orgullo que pueda crear esta descripción cósmica de nuestra actividad, será borrada rápidamente al descubrir que en una clase típica de diseño, sólo el 30% de los estudiantes tendrá alguna idea de quién es Paul Rand, y no podrá identificar a Eric Nitsche o a Lester Beall; sin mencionar a Joseph Hoffman, Edward Penfield o Gustav Jensen. Casualmente, Jensen fue mentor de Paul Rand y, fuera de Cassandre, probablemente el diseñador al que más admiraba; pero no me sorprendería demasiado si la mayoría de los que están aquí esta noche no hubieran sabido jamás de él —hasta aquí el tema de nuestra propia historia.

Siempre creí que hay una diferencia psicológica y ética entre los que hacen cosas y los que controlan las cosas. Si crear formas es intrínseco al ser humano y tiene un beneficio social, entonces podemos pensar en lo «bueno» que tiene el buen diseño, más que en un sentido estilístico. Vincular belleza con propósito puede crear una sensación de acuerdo comunitario que ayude a reducir el sentido de desorden e incoherencia que produce la vida.

El diseño involucrado con la moda y el marketing tiene muy poco interés en conocer y comprender nuestra historia. Analizar lo que ha sucedido en los últimos veinte años parece proveer suficiente información para cubrir los requerimientos profesionales. Pero si nuestro campo aspira a ser significativo y merecedor de respeto, debe ir más allá de las ventas. Ser una leyenda es un reconocimiento difícil de ganar y tristemente efímero, pero

ser parte del deseo humano de hacer cosas útiles y hermosas nos vincula con una historia gloriosa.

Hace dos semanas tuve un dolor fuerte de muñeca. Fui a ver a un doctor especialista en manos que me dijo que probablemente tenía un ataque de «gota» («gouty» en inglés), que no es lo mismo que «Gaudi», el gran diseñador y arquitecto Barcelonés. Me refiero a la gota de aquellos gravados del siglo XVIII de hombres ricos y gordos con sus grandes dedos de los pies hinchados. Mi muñeca ya está bien, pero mientras estaba en el consultorio del doctor vi un documento en la pared llamado «Lo que un cirujano debe ser», escrito en el siglo XIV. Cambié una o dos palabras pero parece un buen consejo para nuestra profesión:

Lo que un diseñador debe ser

Que el diseñador sea firme en todas las cosas seguras, y temeroso en las cosas peligrosas; que evite toda práctica y tratamiento no confiable. Debe ser amable con el cliente, considerado con sus asociados, cauteloso en sus pronósticos. Que sea modesto, digno, educado, compasivo y piadoso; ni codicioso ni extorsivo con el dinero; pero por otro lado que su remuneración sea acorde a su trabajo, a los medios del cliente, a la calidad del caso y a su propia dignidad.

Publicado el 05/03/2007.

Los contenidos publicados no expresan la opinión de los editores y responsables de FOROALFA, quienes no asumen responsabilidad alguna por autoría y naturaleza. Se permite la reproducción total o parcial del material, siempre que se cite en forma clara y visible el nombre de la fuente (FOROALFA), el nombre del autor, el título del artículo y la URL (<http://foroalfa.org>), tanto en medios impresos como en medios digitales. En el caso de reproducciones totales en medios digitales, todos los créditos deberán figurar tanto en el encabezado como en el pie del texto reproducido. En ningún caso deberá incluirse el signo © (*Copyright*).



Diseño | Reflexión | Polémica | Casos

Jorge Luis Rodríguez

Por qué el arte no es diseño

La Habana | 13/11/2006 | Las relaciones y diferencias entre diseño y arte, no deben buscarse en el plano estético de sus producciones sino en los fines que persigue cada actividad.



El hombre, como ser formado —crecido y desarrollado— en su proceso evolutivo hacia el ser social, dualizó su carácter desde lo individual hacia lo colectivo, quedándose marcado por un componente de tipo filosófico o cultural (subjetivo) y por otro, de tipo económico o material (vivencial-objetivo): la actividad que como componente determina la conciencia.

En este mismo proceso, el hombre encuentra la necesidad de replantearse lo espiritual y lo expresivo-emotivo, como parte del desarrollo creciente de su consiente subjetivo. Esta necesidad espiritual aumenta o crece en la medida en que las condiciones económicas son satisfechas. Por tanto, el hombre piensa según como vive y en dependencia de esto, actúa.

Según el materialismo dialéctico y la economía política, la base de la superestructura social es la economía y uno de sus elementos —que tributan a esta base— es la Cultura, y dentro de ella el Arte.

Las “necesidades” de tipo espiritual parten de una “necesidad” inmanente en nuestra condición humana y tienen un fin o función específica: llenar el “hueco” o el vacío de esta condición suprasensible humana con algo que no es material, pero que satisface y crea sensaciones, emociones, reflexiones, y que son puramente vivenciales y personales; es decir: son subjetivas.

El fin o función de esta “necesidad” —llamémosle “Arte”— es precisamente cuestionar, relatar, observar, señalar, hacer sentir un problema de carácter cultural y darlo a conocer, y presentarlo fuera de su círculo de acción: es decir, fuera de la persona en sí. Cuanto más capaces somos de percibir los sistemas culturales (el Arte) más capaces seremos de entenderlo y disfrutarlo.

En cambio, el Diseño Gráfico parte de otra necesidad. El diseño gráfico es comunicar y es comunicación.¹ Pero si al arte del buen decir y de la buena comunicación se le llama diseño, ¿esto querría decir que “el Diseño es el Arte de la Comunicación”? Comunicar parte de otra necesidad y de otra función. Un literato comunica y su obra comunicativa es la literatura, ya sea un cuento, una novela, etc. ¿Será en este caso esa obra “comunicativa” un Diseño? A nadie se le ocurriría decirlo, pero sin embargo sería tan lícito como llamar al

diseño "El Arte de la Comunicación".

Definamos que en este artículo Diseño equivale a Diseño Gráfico y no a otros tipos de diseño.

Una obra comunicativa tiene una función definida: procurar transmitir un mensaje de manera clara, directa y tan precisa como sea posible. Como no todos los públicos manejan los mismos códigos, no todo el mundo es capaz de decodificar todos los tipos de mensajes que recibe. Es necesario que emisor y receptor compartan ciertos códigos culturales e idiosincrásicos. Es por eso que, si el emisor tiene deseos de que el receptor asigne a su mensaje el sentido buscado (o el más cercano posible), intentará confeccionarlo en línea con ese objetivo. Es decir: prefigurará las posibles interpretaciones y respuestas, poniéndose en el lugar de su interlocutor. Por eso, cuando se trata de dar forma a mensajes visuales, muchos emisores sociales buscan la ayuda de los diseñadores gráficos, porque ellos son capaces de garantizarles en cierta medida el éxito de sus mensajes.

Por supuesto, no todo mensaje visual en que interviene el diseñador necesita ser entendido por todos los públicos. Por lo general el interés es que el mensaje llegue solamente a un grupo determinado, pero con la condición de que el sentido que ese grupo le asigne coincida con las expectativas del emisor. El arte, en cambio, no tiene esa exigencia, no necesariamente es imprescindible que se lo entienda tal como su creador lo concibió. ¿Cuántas veces hemos escuchado: eso no es lo que yo quise expresar, sino lo que entendiste tú?

El arte es y será siempre elitista —lo que no quiere decir que pertenezca a la clase dominante— aún cuando tiende a ser un fenómeno social o a "socializar" su función, ya que responde a códigos culturales hereditarios impuestos generalmente por el desarrollo histórico-concreto de su evolución. En su interpretación y valoración influyen agentes de tipo estético-filosófico como la relación entre conciencia estética, gusto e ideal estético, que por lo general no son determinantes del Diseño Gráfico.

Para ser un buen artista no es necesario dominar todas las variables de la comunicación, ni ser capaz de mediar entre un emisor y un receptor. De hecho, ni siquiera es necesario haber pasado por una escuela.² El diseñador gráfico, en cambio, necesita poseer un dominio técnico importante para lograr dar la respuesta adecuada a los problemas para los que se lo convoca: debe conocer las reglas y leyes de la visualidad y dominar los sistemas representativos y estilísticos, las reglas tipográficas y del color, conocer a fondo el funcionamiento de la comunicación, los tipos de soluciones existentes, los códigos del emisor y del público objetivo, etc.

En las demandas de Diseño Gráfico existe siempre un cliente (sujeto 1) y un público (sujeto 2). El producto resultante será mejor diseño en la medida en que sea capaz de instalar el mensaje del sujeto 1 en la mente del sujeto 2, y producir en él un cambio de conducta. Muchos buenos diseños incitan al consumo, crean expectativas y hacen al público partícipe de ellas. El público se siente parte y responde a la pregunta que el mismo diseño plantea.

Al decir de Jorge Frascara "el diseñador, a diferencia del artista, no es normalmente la fuente de los mensajes que comunica, sino su interprete".³ El diseño está dirigido a las "gentes" (públicos) y no a uno mismo.

El arte no busca una respuesta del público sino un cuestionamiento. El arte propone, mientras que el diseño (te) dispone. El artista tiene como fin la subjetividad de su pregunta; el diseñador la objetividad del mensaje al que ayuda. Como proceso

comunicativo, el diseño es lógico en su esencia. El arte lejos de eso, es ambivalente.

-
1. Aunque Jorge Frascara define en "Diseño Gráfico y Comunicación" (Ediciones Infinito, 5ta edición. Buenos Aires, 1996. p. 21) que la función principal del Diseño es comunicar, no pueden obviarse otras funciones como la descriptiva, la educativa y la estética, que siempre están presentes de alguna manera y complementan el proceso del "buen diseño" o de su relación —aunque muchos no lo quieran— con el Arte.
 2. Hay algunos ejemplos claros en la misma historia del arte: Robert Capa, Jean-Michel Basquiat, Eduardo Arroyo, Francis Bacon, Jean Atlan, Vasily Kandinsky, Balthus, John Cage, Giacomo Balla, Robert Doisneau, Christian Boltanski, Bill Brandt, Alexander Calder, Peter Campus, Alberto Burri, Paul Cézanne, On Kawara, Walter de María, Theo van Doesburg, Dan Flavin, Naum Gabo, Yves Klein, Le Corbusier, László Moholy-Nagy, etc.
 3. Frascara, Jorge, Idem, p. 17.
-

Publicado el 13/11/2006.

El texto forma parte de un ejercicio de psicología dictado a los estudiantes del Taller de Diseño Gráfico de la Academia Nacional de Bellas Artes San Alejandro

Este artículo debate en:

El diseño ¿es arte?

Los contenidos publicados no expresan la opinión de los editores y responsables de FOROALFA, quienes no asumen responsabilidad alguna por autoría y naturaleza. Se permite la reproducción total o parcial del material, siempre que se cite en forma clara y visible el nombre de la fuente (FOROALFA), el nombre del autor, el título del artículo y la URL (<http://foroalfa.org>), tanto en medios impresos como en medios digitales. En el caso de reproducciones totales en medios digitales, todos los créditos deberán figurar tanto en el encabezado como en el pie del texto reproducido. En ningún caso deberá incluirse el signo © (*Copyright*).



Diseño | Reflexión | Polémica | Casos

Alfredo Yantorno

Profesor... ¿qué es el diseño?

Buenos Aires | 28/09/2005 | En unas jornadas de estudiantes de Diseño y Comunicación Social, una estudiante me hizo esta pregunta. Le respondí casi textualmente lo que sigue.



Para mí es esto:

El Diseño Gráfico es una forma de pensamiento. Es el desarrollo consciente de la capacidad, ontológica, del ser humano, de crear un universo de signos, símbolos y señales. Y es la posibilidad de producción de cambios sociales, antes que un emergente de ellos.

Entendiéndolo como una disciplina formadora de profesionales, el Diseño Gráfico puede, y se obliga a, promover la adquisición de una conciencia plena sobre las herramientas y procesos que se ponen en juego en el desenvolvimiento de la tarea. Esto quiere decir que, como profesionales de Diseño, los diseñadores tienen, ante todo, la misión y la responsabilidad de ser conscientes de qué es lo que ocurre, cuando son puestos en marcha los procesos de ideación y concreción de actos de comunicación.

En esa exploración hacia el estado de conciencia descubriremos, esencialmente, cuál es el alcance –y, por ende, el poder– de nuestros actos como modificadores de la realidad, tanto de los que producimos como de los que dejamos de producir. En consecuencia, habiendo descubierto nuestro poder, también comenzaremos a descubrir el deber de hacernos responsables por obtenerlo, desarrollarlo y, sobre todo, por aplicarlo.

Lo que diferencia a la enseñanza del Diseño Gráfico, como disciplina universitaria, de otras experiencias de enseñanza-aprendizaje, no es la profundidad o complejidad con la que es encarada sino, exactamente, aquel estado de reflexión respecto de la responsabilidad que se encuentra implicada en el accionar.

La sociedad invierte en todos y cada uno de los alumnos que decide encarar el camino de esta disciplina, con la fe puesta en que la institución universitaria sabrá producir, ante todo, personas con la conciencia y la capacidad necesarias y suficientes para transformar la realidad de manera positiva, lo que implica una clara responsabilidad respecto de la modificación de los contextos y de la forma en que son afectados quienes los habitan.

Si esto es así, queda rigurosamente justificada la inversión social en la producción de profesionales. La sociedad, sabiamente, está formando y comprometiendo a aquellos actores que la transformarán para hacerla mejor. Pero, aunque parezca que eso es claro y obvio, nada que tenga las implicancias que se declaran, debe considerarse suficientemente

claro ni, mucho menos, obvio.

Por eso vale preguntarse: ¿Cuál es la capacidad concreta de modificación de la realidad que encierran las operaciones de Diseño Gráfico? Un cartel que publicita una bebida y hace nacer nuestra sed, modifica nuestras conductas y, a través de ello, nuestra realidad; la ausencia de señalización visible y comprensible, es una de las causales de accidentes de tránsito; mueren, por año, en nuestro país, unas 10.000 mujeres, víctimas de una enfermedad cuyo principal componente es la falta de comunicación adecuada.

Por esta razón:

Toda entidad –singular o plural, empresa o persona de carne y hueso– emite mensajes, que construyen los referentes simbólicos que gobiernan factores, tan importantes, como la identificación y la credibilidad: La capacidad de modificar la realidad, que posee este instrumento, es inmensa.

Bien lo expresa sin dudas Baudolino, héroe de la novela homónima de Umberto Eco: “...cuando no era presa de las tentaciones de este mundo, dedicaba mis noches a imaginar otros mundos. Un poco con la ayuda del vino, y un poco con la de la miel verde. No hay nada mejor que imaginar otros mundos para olvidar lo doloroso que es el mundo en que vivimos. Por lo menos así pensaba yo entonces. Todavía no había entendido que, imaginando otros mundos, se acaba por cambiar también éste.”

En los cursos de la carrera universitaria, los docentes y los alumnos, todos juntos, buscamos respuestas y es en esa búsqueda que se pone en evidencia la responsabilidad que cabe a los diseñadores en la transformación de la realidad. Es la piedra de toque de nuestro trabajo. No estamos intentando aprehender una serie de habilidades, estamos intentando conocer nuestro rol y nuestra responsabilidad como actores sociales para una transformación positiva, para ejercerlo y para ser demandados si así no lo hiciéramos.

Conciencia y responsabilidad son las dos caras de una misma moneda; somos responsables porque tenemos capacidad de modificar, somos responsables por haber modificado y lo somos respecto del resultado final. Y también somos responsables si decidimos no hacer nada. Por eso trabajamos para el desarrollo y la promoción de la conciencia.

Es un camino largo y tortuoso, lleno de peligros, en el que a cada instante corremos el riesgo de no darnos cuenta de que la misma luz que nos atrae puede ser la que, como a las polillas, nos enceguezca y nos queme. Es una jornada larga en cuyo transcurso podríamos terminar vencidos por el cansancio y el sueño, en la cual lo único que podría liberarnos de despertar súbitamente solos en medio de lo desconocido, es la vigilia de quien camina a nuestro lado y es su recuerdo el que nos salva de olvidar la razón para haber emprendido el viaje. En el viaje, a veces, podremos enfrentarnos con situaciones que, por su naturaleza incomprensible, nos llenen de pavor, hasta darnos cuenta de que la sombra que nos atemoriza es nuestra propia sombra y que la solución para que el temor se desvanezca es tan simple como pararse exactamente debajo de la luz.

Por eso, antes de comenzar debíamos tener en cuenta dos cuestiones básicas: Es absolutamente imprescindible elegir muy cuidadosamente qué llevaremos y determinar suficientemente qué atributos demandaremos a quienes serán nuestros compañeros de jornada.

No podremos emprender el viaje con las mochilas llenas de prejuicios y preconceptos, tendremos que aceptar que la perplejidad es un estado natural para el viajero. Será necesario desprenderse de la idea de que toda pregunta tiene, necesaria e invariablemente, una respuesta y habrá que reconocer que, muchas veces, son las respuestas las que, a

través de nosotros, encontrarán su pregunta.

Preferiremos compañeros de viaje con intención de construir un pensamiento autónomo, con voluntad para pararse frente a los problemas y deseos de aprender a elegir y diseñar las estrategias de resolución. Que demanden autonomía para la toma de decisiones en el planeamiento y la gestión académica y en sus propias vidas, que deseen desarrollar la capacidad de innovar y crear.

La capacidad de gestionar la realidad lleva un compromiso implícito, y puede ser desarrollada la capacidad de sobreponerse a la realidad en la que se está, proponiendo que sea releída con el sentido de encontrar una respuesta nueva, que no sea solamente un emergente sino que, por su fuerza anticipatoria, implique una evolución.

La conciencia puede ser feroz como el acero, pero para las mentes lúcidas es tan dulce como la miel; estar despierto es una tarea dura, pero esa es la tarea que he elegido para hacer.

Publicado el 28/09/2005.

Este artículo debate en:

[¿Qué es el diseño? El diseño ¿tiene fines propios?](#)

Los contenidos publicados no expresan la opinión de los editores y responsables de FOROALFA, quienes no asumen responsabilidad alguna por autoría y naturaleza. Se permite la reproducción total o parcial del material, siempre que se cite en forma clara y visible el nombre de la fuente (FOROALFA), el nombre del autor, el título del artículo y la URL (<http://foroalfa.org>), tanto en medios impresos como en medios digitales. En el caso de reproducciones totales en medios digitales, todos los créditos deberán figurar tanto en el encabezado como en el pie del texto reproducido. En ningún caso deberá incluirse el signo © (*Copyright*).