

Año. 5
No. 9

ENERO
A
JUNIO
2021

REVISTA DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO

ISSN:2448-8437

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

ZINCO



GRAFÍA

DISEÑO, ÉTICA Y ESTÉTICA
para transformar la
realidad social

GIOVANNI TIEPOLO Y JULES
CHÉRET: de lo divino a lo
mundano

DESARROLLO DE LA ETICIDAD DEL
DISEÑO GRÁFICO: perspectivas éticas
y épocas que definen la evolución
de su ética aplicada

MÉTODOS DE APRENDIZAJE
en estudiantes de nuevo ingreso
de la licenciatura en Diseño
Gráfico de la UA de C

IDENTIFICACIÓN DEL COLOR

CON BASE EN LA NOMENCLATURA DEL MODELO HSB
ENTRE PROFESIONALES DEL DISEÑO EN TIJUANA



Directorio

Consejo Editorial CUAAD

Dr. Francisco Javier González Madariaga
Presidente

Mtra. María Dolores del Río López
Secretario Académico

Dr. Everardo Partida Granados
Secretario Administrativo

Dra. Edith Rosario Jiménez Huerta
*Director de la División de Diseño
y Proyectos*

Dr. Jaime Francisco Gómez Gómez
*Director de la División de Tecnología
y Procesos*

Mtra. Dolores Aurora Ortiz Minique
*Director de la División de Artes y
Humanidades*

Dra. Verónica Livier Díaz Núñez
Coordinadora de Investigación

Mtro. Jorge Campos Sánchez
Experto área editorial

Mtra. Lisset Yolanda Gómez Romo
Secretaria Ejecutiva

Consejo Directivo Zincografía

Mtro. Ernesto Flores Gallo
Director

Mtro. Eduardo Galindo Flores
*Coordinador del Comité Editorial
de la revista*

Dra. Cynthia Lizette Hurtado Espinosa
Editora

Mtro. Adrián Antonio Cisneros Hernández
Secretario técnico

Mtra. Marcela del Rocío Ramírez Mercado
Editora técnica

Comité Editorial Internacional Zincografía

Adrián Horacio Candelmi, DG – Argentina

Alejandra Marcel Romero, Mtra. – Argentina

Cynthia Patricia Villagómez Oviedo, Dra. – Guanajuato

Hernán Berdichevsky, DG – Argentina

Hidelisa Karina Landeros Lorenzana, Mtra. – Baja California

Jorge Alberto González Arce, Mtro. – Jalisco

León Felipe Irigoyen Morales, Mtro. – Sonora

Leonardo Mora Lomelí, Mtro. – Jalisco

M. Àngels Fortea Castillo, Dra. – España

Mara Martínez Morant, Dra. – España

Marco Antonio Marín Álvarez, Dr. – Ciudad de México

María Isabel Núñez Flores, Dra. – Perú

Mónica Del Carmen Aguilar Tobin, Mtra. – Sonora

Oliver Cruz Milan, Dr. – Estados Unidos de América

Ramón Rispolí, Dr. – España

Rebeca Isadora Lozano Castro, Mtra. – Tamaulipas

Teresa Pages Costas, Dra. – España

En este número publican

(por orden de aparición de su artículo):

Dr. Lorenzo Miguel Ángel Herrera Batista

Dr. Marco Antonio Marín Álvarez

Mtro. Carlos Angulo Alvarez

Dra. Eréndida Cristina Mancilla González

Dra. Gloria Azucena Torres de León

Mtra. Hildelisa Karina Landeros Lorenzana

Mtra. M^a Teresa Pérez Llerenas

Mtra. Gloria Guadalupe Vázquez Apodaca

Dr. Adolfo Guzmán Lechuga

Mtra. María del Socorro Gabriela Valdez Borroel

Diseño editorial de este número:

Anel Cristina Higuera Osuna

Correctora de estilo:

Carla Patricia Garibi Harper Cabral

Alondra Giovanna Hernández Mares

Traducción:

www.nextlingua-online.com

Conversión a audio:

Difusión alternativa

Zincografía, Año 5, No. 9, enero a junio 2021 es una publicación semestral editada por la Universidad de Guadalajara, a través del Departamento de Proyectos de Comunicación, División de Diseño y Proyectos del Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño, Calzada Independencia Norte No. 5075, Huentitán el Bajo, S.H., C.P. 44250. Guadalajara, Jalisco, México. Tel. 3312023000, <http://zincografia.cuaad.udg.mx>, revista.zincografia@cuaad.udg.mx Editor responsable: Dra. Cynthia Lizette Hurtado Espinosa; Reserva de Derechos de Uso Exclusivo: 04-2017-022313551900-203, ISSN: 2448-8437, otorgados por el Instituto Nacional de Derecho de Autor. Responsable de la última actualización de este número: Mtro. Adrián Antonio Cisneros Hernández del departamento de Proyectos de Comunicación, CUAAD; Calzada Independencia Norte No. 5075, Huentitán el Bajo, S.H. C.P.44250, Guadalajara, Jalisco, México. Fecha de la última actualización: 01 de enero de 2021.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.

Queda estrictamente prohibida la reproducción total de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de la Universidad de Guadalajara.



Índice

- 4** Carta Editorial
Cynthia Lizette Hurtado Espinosa

Pensamiento

- 5** Diseño, ética y estética para transformar la realidad social
Lorenzo Miguel Ángel Herrera Batista
Marco Antonio Marín Álvarez
Carlos Angulo Alvarez
- 24** Giovanni Tiepolo y Jules Chéret: de lo divino a lo mundano
Eréndida Cristina Mancilla González

Referente

- 39** Identificación del color con base en la nomenclatura del modelo HSB, entre profesionales del diseño en Tijuana
Gloria Azucena Torres de León
Hildelisa Karina Landeros Lorenzana
M^a Teresa Pérez Llerenas
- 58** Desarrollo de la eticidad del diseño gráfico: perspectivas éticas y épocas que definen la evolución de su ética aplicada
Gloria Guadalupe Vázquez Apodaca
- 81** Métodos de aprendizaje en estudiantes de nuevo ingreso de la licenciatura en Diseño Gráfico de la UA de C
Adolfo Guzmán Lechuga
María del Socorro Gabriela Valdez Borroel

Editorial

La reflexión en este número gira en torno al diseño, ética y estética, como parte de un mundo competitivo y en constante movimiento, que presenta una producción basada en intereses económicos dejando de lado a las oportunidades de orientar la práctica del diseño a necesidades primordiales como el desarrollo social, situación que se hace presente en la sección de pensamiento, que también incluye otra reflexión que parte del análisis de cartel de Jules Chéret en relación con la obra de Giovanni Tiepolo, que se basa en diferentes elementos, funciones, niveles, temas, motivos, significados que finalmente correlaciona lo divino y lo mundano.

Para la sección de referente, se abordan tres temas, el primero sobre la identificación del color con base en la nomenclatura HSB, realizando una comparativa

entre hombres y mujeres; el segundo retoma la ética realizando un recorrido histórico e identificando su evolución en el ámbito del diseño gráfico con la intención de establecer fundamentos teóricos y metodológicos que se lleven a la práctica; y el tercero se transporta al aula, a través de un estudio exploratorio que busca identificar hábitos de estudio, estilo de aprendizaje y el canal que prefieren los estudiantes, para identificar las características de una generación universitaria y de esta manera favorecer su aprendizaje.

Con estos cinco artículos se cierra la publicación número 9 de la revista, en donde también celebramos su integración a la Red Iberoamericana de Innovación y Conocimiento Científico, mejor conocida como REDIB, con lo cuál ingresamos a este proyecto realizado entre la Agencia Estatal Consejo Superior de Investigaciones Científicas y Universia, lo cual proporcionará una visibilidad de la revista hacia una cultura iberoamericana.

Cynthia Lizette Hurtado Espinosa
Editora 

Diseño, ética y estética para **transformar** la realidad social

Design, ethics and aesthetics to
transform social reality

Lorenzo Miguel Ángel
Herrera Batista
mherrera@azc.uam.mx
Universidad Autónoma
Metropolitana, Azcapotzalco
Ciudad de México, México
ORCID 0000-0002-6666-9706

Marco Antonio Marín Álvarez
marma@azc.uam.mx
Universidad Autónoma
Metropolitana, Azcapotzalco
Ciudad de México, México
ORCID 0000-0001-6267-6063

Carlos Angulo Alvarez
caa@azc.uam.mx
Universidad Autónoma
Metropolitana, Azcapotzalco
Ciudad de México, México
ORCID 0000-0002-6407-707X

Recibido: 26 de mayo de 2020
Aprobado: 26 de agosto de 2020
Publicado: 01 de enero de 2021

Resumen

El diseño es hoy fundamental para la economía mundial, permite la competencia y fomenta el desarrollo de innovaciones en diversos ámbitos del mercado. La ampliación y la diversificación en la oferta de productos se traduce en opciones para satisfacer las necesidades del usuario, lo cual constituye un avance innegable de la práctica del diseño. Sin embargo, al mismo tiempo ha crecido notablemente la producción de desechos sólidos derivados de este lo cual genera un deterioro ambiental. Adicionalmente, la oferta de productos de diseño ha sido concentrada en el sector económicamente más favorecido y ha dejado fuera a una gran parte de la población mundial, misma que teniendo urgentes necesidades de diseño no son atendidas, debido a que no constituyen un mercado de interés para el sector productivo en general.

El contenido del presente artículo es el resultado del debate colectivo y del intercambio de ideas entre sus autores, realizado con base en el análisis de fuentes documentales y la propia experiencia como académicos. Nuestro objetivo es propiciar la reflexión para la creación de un frente común orientado a una práctica del diseño—en todas sus manifestaciones— centrada tanto en el desarrollo social así como en el cuidado ambiental de manera simultánea. Es además, un ejercicio del diseño basado en la ética y en el compromiso con el entorno y la sociedad.

Palabras clave: diseño ético, ecodiseño, pluriverso, biomimesis, diseño crítico.

Abstract

Today, design is fundamental to the world economy, it allows competition and encourages the development of innovations in various areas of the market. Expanding and diversifying the product offering results in options to meet user needs, an undeniable advancement in design practice. However, at the same time the production of solid waste derived from it has grown notably, which generates environmental deterioration. In addition, the supply of design products has been concentrated in the most economically favored sector and has left out a large part of the world population, which, having urgent design needs, are not met, because they do not constitute a market of interest for the productive sector in general.

The content of this article is the result of the collective debate and the exchange of ideas between its authors, carried out based on the analysis of documentary sources and their own experience as academics. Our objective is to promote reflection for the creation of a common front oriented towards a design practice - in all its manifestations - focused both on social development as well as on environmental care simultaneously. In addition, a design exercise based on ethics and commitment to the environment and society.

Keywords: ethical design, ecodesign, pluriverse, biomimicry, critical design.

◆ Introducción

El *diseño*¹ en su concepción actual está marcada la visión de la revolución industrial, es decir, por una clara vocación para la producción en serie y un consumo masivo (Sparke, 2013). Por ello, no sorprende que el diseño haya sido convertido en un factor clave por la competencia actual en el mercado. Por tanto, el éxito comercial de muchas empresas está basado fundamentalmente en el cuidado y en el empeño que otorgan al diseño de factores estéticos, funcionales y publicitarios de dichos atributos. Esto ha traído una revaloración del diseño, concebida como una cualidad que agrega valor a los productos. Sin embargo, no siempre el diseño *comercialmente exitoso* constituye la mejor opción desde el punto de vista ambiental y social. Difícilmente esta producción estará motivada por intereses distintos a los beneficios económicos. Resultado de ello, es un mercado inundado de productos no necesariamente *buenos* para el consumidor ni para el medio ambiente.

Ante este panorama es necesario redefinir y reorientar la práctica del diseño. Si bien estamos ante un modelo económico que antepone la acumulación de capital al beneficio común y al cuidado ambiental, consideramos vital impulsar aquellos cambios desde el diseño que permitan un golpe de timón al respecto. Ya que solo a través de una práctica guiada por la ética, la responsabilidad social y el cuidado ambiental se podrá reducir el deterioro ambiental y la inequidad vinculadas al diseño. ¿Cómo es posible que en pleno siglo XXI se continúe atentando en contra del medio ambiente y que, pese a los avances científicos y tecnológicos, exista una desigualdad social tan aguda? Estas circunstancias generan, entre muchos otros problemas: la migración masiva, la descomposición social y el deterioro ecológico.

Esta reorientación del diseño es un factor importante de cambio, pero requiere una base humana comprometida ética, social y ambientalmente. Es necesaria, la concientización entre diseñadores, gestores y los consumidores del diseño. Esta redefinición es el conducto que permitiría

¹ Aquí nos referimos al diseño de manera general como: «la actividad práctica que tiene por objeto desarrollar alternativas de solución a necesidades (básicas, estéticas, de significado, o de otra índole) de un usuario (individual o colectivo) a través de productos (materiales, digitales o espaciales) que son resultado de la actividad proyectual y en los cuales, la experiencia de uso, las características formales y funcionales constituyen rasgos fundamentales, distintivos y definitorio» (Herrera Batista, 2018, p. 6).

hacer frente a estos desafíos. Para dimensionar y comprender el papel del diseño en la sociedad actual es importante mirar en retrospectiva el proceso por el cual es concebido como disciplina académica, profesión y un campo de conocimiento. Para este propósito nos remitiremos al surgimiento de las primeras escuelas de diseño durante el inicio del siglo XX.

◆ El diseño y su vínculo al modelo productivo

El diseño como producto de la habilidad humana ha acompañado al ser humano en cada etapa de su desarrollo histórico. Aunque, la forma de concebir y ejercer el diseño se ha transformado en el tiempo. Cada civilización y sociedad lo ha interpretado de una manera particular y distinta. A través de la historia el diseño, al igual que el arte, ha sido vinculado al poder religioso, al poder político o al poder militar. Hoy en día la disciplina está abiertamente vinculada al mercado y al sector industrial en los cuales juega un papel estratégico para su modelo económico. El diseño se vende hoy como factor de competencia comercial, como un valor agregado al producto. Esta concepción se deriva de su visión mercantilista.

La concepción actual del diseño como disciplina diferenciada e independiente puede ubicarse a finales del siglo XVIII y principios del siglo XIX, que de acuerdo con Davis:

Los campos actuales del diseño comenzaron como oficios más que como profesiones [...] Enfocados en el trabajo práctico de producir cosas, los nuevos profesionales adquirieron experiencia a través del entrenamiento en el trabajo. Ya en el siglo XII, los sistemas de aprendizaje en Europa preparaban a las personas para el trabajo en los oficios de diseño (2017, p. 3).

Debido a una visión estética, el diseño estuvo vinculado al arte durante mucho tiempo. Sin embargo, con la revolución industrial y la producción en masa la práctica del diseño se volvió cada vez más técnica, racional y sistematizada. Por lo que, fue distanciada de los criterios y principios del arte, Rodríguez destaca que:

Cuando alrededor de 1900 se inicia el debate sobre la posibilidad de una ciencia de la proyección de objetos que pudiera ser inscrita dentro del ámbito de las disciplinas de la ingeniería, muchos proyectistas, fortalecidos por la reciente conquista de la industrialización, abandonaron toda relación con el arte, sosteniendo que su labor no consistía en la creación de objetos bellos y significativos, sino puramente funcionales y técnicamente reproducibles (2012, p. 31).

De manera que, esta concepción actual del diseño, como actividad profesional, se configuró a principios del siglo pasado. Como lo señala Davis «Las profesiones de diseño gráfico, industrial e interior tienen su origen en el siglo XX» (2017, p. 3). Periodo en el que el diseño sería

fuertemente vinculado al sector productivo. Por otro lado, Sparke señala que «el diseño se rige por una doble alianza tanto con la producción en serie como con el consumo masivo» (2013, p. 1). Por otra parte para Norberto Chaves (2017) el diseño es en esencia «una fase del proceso de producción» y lo define en términos de un oficio, una profesión, pero no como una disciplina.

Es evidente el rol estratégico y protagónico que juega el diseño en la dinámica de la economía mundial de acuerdo con estos autores. Incluso Sparke destaca que «el diseño, tal como se ejerce actualmente lleva consigo la esencia de las bases filosóficas del modelo de producción industrial y consumo» (2013, p. 4). Así, el diseño es comprendido como un valor que poseen los productos materiales convertidos en mercancías, objetos de uso y de consumo. En este mismo sentido, Calvera destaca:

es una actividad estructural estratégicamente decisiva en una economía como la actual, donde los actores clave van más allá del carácter funcional o servicial de los utensilios y lo que se compra y vende son sensaciones, experiencias, valores e incluso signos imaginarios (2007, p. 19).

Desafortunadamente, dichos productos, resultado de la actividad del diseño y convertidos en mercancías, van acompañados de desechos sólidos en su embalaje y su manufactura. Es claro que el sector industrial como promotor del proceso de diseño, no siempre está interesado en el usuario como ser humano, sino solamente como cliente-consumidor. Esto ha traído consecuencias lamentables en todo el mundo entre las que se encuentran: la producción de desechos, la tendencia hacia la estandarización, la transculturación y la inequidad social.

Por ello, Escobar destaca la necesidad de entender la práctica del diseño desde una nueva perspectiva la cual ponga fin a la hegemonía del mundo único y estandarizado impuesto por el modelo neoliberal que daña al planeta dada su tendencia a exterminar la riqueza cultural de las múltiples cosmovisiones que cohabitan en nuestro mundo. Esto es según Escobar (2018), transitar hacia *el pluriverso*, el cual fomente la conservación y entendimiento de los múltiples mundos que aún coexisten en la sociedad. Además, nos señala que el diseño tiene el potencial «para contribuir a las profundas transiciones culturales y ecológicas consideradas necesarias [...] para que la humanidad enfrente efectivamente las crisis interrelacionadas de clima, alimentos, energía, pobreza y significado» (2018, p. 10). En este mismo sentido, Berman expone que «los diseñadores tienen una responsabilidad social esencial porque el diseño es el núcleo de los mayores desafíos [...] y soluciones del mundo» (2009, p. 1).

Por su parte Herrera también señala que la actual condición del diseño frente al modelo económico es «potencialmente opuesta a la naturaleza propia y la esencia del diseño» y agrega que:

si partimos de que el diseño tiene como objeto y razón de ser el mejoramiento de la condición humana y la calidad de vida de la sociedad, entonces el valor supremo debiera ser la condición humana; mientras que, en el modelo económico imperante, el valor supremo es el dinero (2018, p. 80).

◆ La producción de desechos sólidos

El modelo productivo no solo genera bienes materiales, digitales y de servicios; también genera grandes volúmenes de desechos sólidos relacionados con el diseño. Muchos de estos son altamente agresivos para el medio ambiente y de degradación lenta. *Escobar señala que “Sin duda, gran parte de lo que ocurre bajo el disfraz del diseño actual implica un uso intensivo de recursos y una gran destrucción de materia”*(Escobar, 2018: 1). Y tiene razón por ello, hoy existen claras evidencias que muestran signos de deterioro medioambiental. Por ejemplo, las islas de plástico que lamentablemente aparecen en los mares.

Existen además, casos documentados de peces que mueren a causa de los desechos plásticos y la pulverización del material en partículas cada vez más pequeñas que terminan por envenenar la vida marina. Aunado a este problema de los desechos sólidos en el mar, se encuentran aquellos residuos en tiraderos de basura y rellenos sanitarios sin un tratamiento adecuado.

En el caso particular de los plásticos se encuentran los productos o componentes que dan forma y soporte otros objetos que nos rodean en la cotidianidad. Pero el mayor problema se concentra en los plásticos que sirven como empaque, embalaje o *packaging* de otros artículos. Dichos empaques son una fuente importante de contaminación ambiental, tanto en su producción como en su proceso de desecho.

Es claro que en la actualidad es difícil adquirir un producto nuevo que no venga acompañado de alguna cantidad —a menudo excesiva—. Plásticos cuyo ciclo de vida útil es corto y su proceso de descomposición largo. En este sentido podemos decir que, si bien el costo de esta materia resulta económicamente bajo, el costo ambiental suele ser muy alto. Esta situación ha dado origen a la denominada *economía ambiental*, un enfoque que destaca la relación costo-beneficio desde la perspectiva teórica de la ecología.

Otro aspecto importante a considerar desde un sentido de la responsabilidad social y ambiental del diseño es combatir la obsolescencia. Es lamentable, pero cada vez es más corta la vida útil de los objetos, esto genera volúmenes más grandes de desechos sólidos, algunos de los cuales son altamente tóxicos. Esta situación es un asunto de diseño, ingeniería y mercadotecnia. Por ello, es urgente diseñar objetos con una mayor durabilidad y funcionalidad que permita su utilización por periodos más largos. Una medida para lograrlo sería el facilitar su reparación o su actualización.

En este sentido, uno de los paradigmas desde el cual se aborda el problema es desde la llamada *economía circular*, en la que el diseño tiene un rol fundamental. En este enfoque se plantea la reutilización de componentes y materiales de reuso convertidos en nuevos insumos, para reducir el gasto energético y el impacto ambiental. En esta visión Fernández Alcalá (2015, p. 723) propone cinco *estrategias de circularidad de recursos*, las cuales son:

- ❖ Aumentar la vida útil del producto (mismo usuario).
- ❖ Fomentar la reutilización del producto (nuevo usuario y a través de mercados de segunda mano).
- ❖ Asegurar la recuperación del producto y su nueva puesta en el mercado (nuevo usuario).
- ❖ Fomentar la recuperación parcial del producto (piezas y/o componentes).
- ❖ Asegurar el reciclaje de las materias primas del producto (gestión de residuos).

Si se reflexiona sobre las propuestas planteadas por Fernández, llegaremos a la conclusión que podrán tener un impacto favorable al reducir la huella ecológica. No obstante, son todavía una excepción más que una regla en el proceso productivo. En resumen, la producción de plástico tanto del producto como del empaque que lo acompaña está vinculada al diseño. Muchos otros productos también, como aquellos que acompañan a los alimentos y que los hacen más vistosos. Dichos empaques, son producto de un proceso de diseño. En este rubro existen por ejemplo, el denominado *clamshell packaging*² o *empaque de caracol*, el cual es bastante común tanto en alimentos, productos naturales y todo tipo de artículos (véase la figura 1).

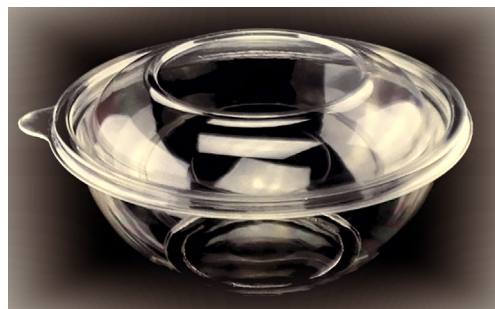


Figura 1. *Empaque de caracol empleado frecuentemente para transportar alimentos.*
Fuente: registro fotográfico personal, 2020.

² Se conoce como *clamshell packaging*, o empaque en forma de *almeja* o *concha de mar* hecho con base de delgadas láminas de plástico termoformadas. Regularmente son transparentes y fabricadas de manera tal que pueden cerrarse fácilmente a presión.

De acuerdo con la organización Hannah y Max Roser (Hannah, 2018), la producción a nivel mundial de desechos plásticos de empaque en el año 2015 fue de 141 millones de toneladas. Estiman además que, en general el 80 % del plástico que llega a los mares proviene de fuentes terrestres mientras que el resto se debe a actividades marinas (véase la figura 2).

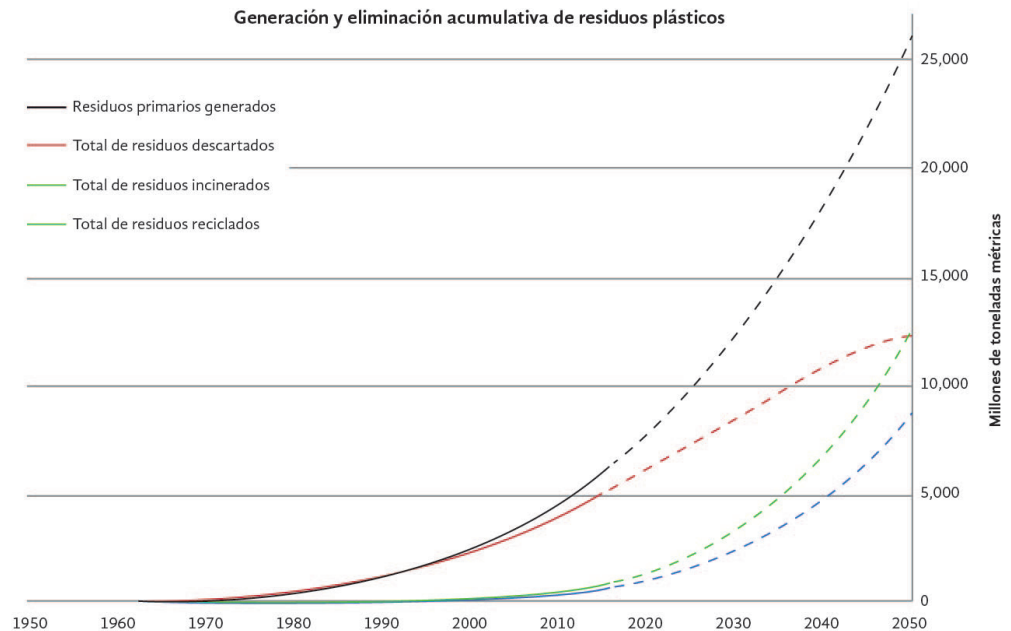


Figura 2. *Generación y eliminación acumulativa de residuos plásticos (en millones de toneladas métricas). Las líneas continuas muestran datos históricos de 1950 a 2015; las líneas discontinuas muestran proyecciones de tendencias históricas hasta 2050. Fuente: Jenna R. Jambeck, et al., 2017.*

Es claro que aun cuando el margen de acción de la diseñadora o diseñador suele ser limitado, tenemos un importante compromiso con el medio ambiente. El ecodiseño ya no puede ser un enfoque o una moda, debería ser parte integral de la responsabilidad de cualquier diseñador, independientemente de su especialidad. Dado que, es importante transitar hacia el diseño biomimético, el cual busca imitar los procesos de la naturaleza. Es decir, imitar la manera en que el ecosistema maneja la energía, convirtiendo los desechos de unos organismos en insumos de otros, en una cadena virtuosa de producción y consumo. Se trata de innovación inspirada en la naturaleza «la biomimética aprende de la naturaleza y luego emulando las formas, los procesos y los ecosistemas naturales para crear diseños más sostenibles» (Benyus, 2014, p. 8). En este sentido se puede hablar de una contribución desde el diseño al medio ambiente y su impacto fundamental. Por otro lado, Starck (en McDermott, 2001) destaca la importancia de evitar la generación de productos inútiles, suntuosos o elitistas. Esto es, lo que él denomina pureza del diseño, a partir de la cual los objetos deberán ser construidos con un mínimo de materiales para hacer más simple su reciclado.

◆ Diseño y compromiso social

Otro de los grandes desafíos —además del ecológico— es la desigualdad de oportunidades. Se debe atender desde el diseño las necesidades del sector poblacional frecuentemente olvidado por el mercado, *el sector más pobre*. Si bien, el modelo económico ha generado la competencia y la innovación a través de la dinámica del mercado, también ha logrado la acumulación de grandes capitales, lo cual, no se ha traducido en una reducción de la desigualdad social.

Se debe hacer mención que, el diseño no tiene como función fundamental reducir la brecha económica entre ricos y pobres. Pero, sí tiene el compromiso de mejorar la calidad de vida de todo ser humano, independientemente de su nivel económico, condición social y cultural u orientación religiosa. El diseño solo tiene sentido cuando se orienta de manera auténtica hacia el mejoramiento de la calidad de vida de las y los usuarios. No se trata, desde luego, de criticar el diseño basado en la competencia comercial, sino de recuperar y fortalecer el sentido social de la profesión.

Tal vez podríamos hablar de una discrepancia entre la naturaleza propia del diseño y la —a veces excesiva— obsesión por la generación y la comercialización de los objetos, algunos de los cuales podían calificarse superfluos. Es por ello, que Flusser describía el diseño como una actividad orientada al engaño y, consideraba al diseñador como «un astuto conspirador que pone sus trampas» (2012, p. 17). Ello explica el origen de algunas acciones importantes realizadas por ciertos diseñadores que no comulgan con el rol del diseño del modelo económico actual. Ejemplo de esto, podemos mencionar el documento titulado *The First Things First Manifesto 2000* (Barnbrook, et al., 1999), firmado inicialmente en 1964 por un grupo de diseñadores destacados, y reiterado más tarde, en este manifestaban su inconformidad con el rumbo tomado por el diseño. Otro ejemplo lo encontramos en los trabajos de Cynthia E. Smith (2007) y de Emily Pillonton (2009), quienes presentan una colección de diseño orientada a este sector poblacional.

La crítica a la profesión del diseño como una aliada del modelo económico también queda de manifiesto cuando Papanek afirmó que «el diseño intenta que las personas compren cosas que no necesitan con dinero que no tienen para impresionar a personas a las que no les importa» (2006, p. IX). Otra postura a recordar fue la de Milton Glaser, quien criticó duramente una serie de acciones que el diseñador lleva a cabo para engañar al consumidor tales como diseñar un paquete para que luzca más grande en el estante o hacer parecer como nutritivo un cereal para niños sabiendo que no lo es (Glaser, 2004). Por su parte, Starck señaló que «en la actualidad un 80 por ciento de los objetos son inútiles, por ello es esencial dejar la creación de productos elitistas» (en McDermott, 2001, p. 143).

Afortunadamente, también hay diseñadores interesados en atender problemáticas derivadas de la marginación y del rezago económico en

el que viven diversas comunidades. Un ejemplo es el trabajo de los arquitectos Arturo Vittori y Andreas Vogler, quienes desarrollaron un proyecto denominado *Warka Water* (torres de agua), el cual ha resultado útil en zonas con alta escases de agua. La preocupación y ocupación por reorientar o dignificar el papel del diseño como agente de cambio y mejoramiento real de las condiciones de vida de la población en general debe destacarse. Esto ha quedado de manifiesto en diversos proyectos de diseño con perfil humano. En este sentido Allan Chochinov señala que «ha existido un deseo perenne de hacer imperativo el diseño para el bienestar social» (en Pilloton, 2009, p. 6). Por otra parte Pilloton expone:

Creo que el diseño es la resolución de problemas con gracia y previsión. Creo que siempre hay un mejor camino. Creo que el diseño es un instinto humano, que las personas son intrínsecamente optimistas, que cada hombre es diseñador, que cada problema puede definirse como un problema de diseño o resolverse con una solución de diseño. Y creo que en un mundo ideal (de diseño) [...] nosotros, como diseñadores, seríamos ciudadanos más responsables y socialmente productivos que estos en los que nos hemos convertido (2009, p. 10).

De igual manera, Polak señala que «el problema es que el 90 % de los diseñadores del mundo pasan todo su tiempo trabajando en soluciones a los problemas del 10 % de los clientes más ricos del mundo. Es necesaria una revolución en el diseño para revertir esta relación tonta y llegar al otro 90 %»³ (2008, p. 83). Es por ello, que Etchezarreta nos advierte una contradicción entre a naturaleza propia del diseño y su situación actual como disciplina al servicio del mercado:

El diseño, una magnífica herramienta de potenciación de cualquier actividad colectiva que esté orientada a la mejora social, difícilmente podrá conseguir orientarse en esta dirección mientras vivamos en un sistema económico cuyo objetivo principal consista en la obtención de beneficios para el capital privado. El desarrollo potencial del diseño, tanto para los diseñadores como para toda la sociedad, exige, por lo tanto, caminar hacia un sistema socioeconómico alternativo, que no tenga como base el capital privado sino el desarrollo integral de la población (2007, p. 19).

Parece claro el contraste entre dos maneras diferentes de mirar el diseño: como factor de impulso al mercado y al consumo desmedido o como factor de cambio en el impulso al mejoramiento real de la sociedad en su conjunto. Es evidente el potencial del diseño como palanca de desarrollo en uno u otro sentido (económico o social), pero depende

³ Ya con anterioridad el propio Polak había expresado esas mismas palabras en el libro *Design for the other 90 %*, en donde sostiene que «el noventa por ciento del mundo de los diseñadores enfocan todos sus esfuerzos en desarrollar productos y servicios exclusivamente para el diez por ciento más rico de los clientes del mundo» (en Smith, 2007, p. 19).

de la mirada de la y el diseñador y del papel que las instituciones educativas pueden jugar para reorientar y dignificar al diseño en pro de una sociedad mejor atendida por el diseño.

❖ La ética en el diseño

Hasta aquí hemos señalado el papel estratégico que puede jugar el diseño para lograr una sociedad atendida, así como un entorno ambiental mejor cuidado. Un diseño que requiere un alto espíritu de servicio y una gran vocación ética. Esto puede parecer utópico, pero creemos firmemente en el potencial del diseño para transformar la realidad de una sociedad inequitativa y un medio ambiente cada vez más lastimado. En este sentido, es fundamental una sólida convicción de servicio y un serio compromiso social y ambiental. En suma, una práctica basada en la *ética del diseño*.

Dentro de esta orientación del trabajo de diseño, cuenta el cuidado ambiental y el compromiso social. También, es fundamental el contexto en el que se ubica el proyecto: saber para quién y en qué condiciones se empleará. Esto último para evitar acciones que —aun sin que el diseñador lo sepa en primera instancia—, pudieran tener repercusiones altamente nocivas para el medio ambiente o para algún sector poblacional específico. Este planteamiento es parte del código de ética que puede fijarse el diseñador para sí mismo. Al respecto, por ejemplo, Starck señala que en su actividad profesional se ha fijado criterios estrictos y apunta que: «en primer lugar, no hago nada que pudiera tener consecuencias desastrosas para la humanidad; así que, a pesar de las implicaciones financieras, no trabajo para compañías de *armas*,⁴ alcohol o tabaco, o cuyo origen sea cuestionado» (en McDermott, 2001, p. 143).

Desafortunadamente, así como hay proyectos que contribuyen de manera notable a mejorar las condiciones de vida de ciertos sectores, existen otros que son realizados a partir del despojo y de la afectación de grupos sociales o al medio ambiente. Proyectos en los cuales los diseñadores pueden verse involucrados de manera involuntaria, sea por falta de información, por negligencia, por omisión, engaños, descuido, entre otros.

Tal es el caso, por ejemplo, del llamado «Nuevo Aeropuerto de la Ciudad de México (NAICM)» realizado por Norman Foster —en colaboración con el arquitecto Fernando Romero— (véase la figura 3). Si bien dicho proyecto constituye una clara muestra de la maestría en el manejo de la forma, también es cierto que, desde sus inicios el NAICM fue cuestionado insistentemente por académicos, ambientalistas, científicos y la población en general aduciendo un alto riesgo de daño ecológico, así

⁴ A pesar de lo declarado por Philippe Starck, quienes conocen parte de su trayectoria advierten una clara incongruencia entre lo dice y lo que ha mostrado en los hechos. Por ejemplo, aun cuando señaló que no trabaja para compañías fabricantes de armas, es muy conocida su lámpara de mesa en forma de arma de asalto semiautomática, la Kalashnikov AK47, *creada para la compañía italiana Flos* en 2005 (Wilhide, 2016. p. 504).

como afectaciones de orden social, históricas y del paisaje cultural. Además, de múltiples denuncias de prácticas de corrupción en la asignación y ejecución de la obra. Debido a estos factores, se decidió la cancelación definitiva de la obra a pesar de los avances en la construcción y de sus altos costos financieros.



Figura 3. Vista aérea del proyecto del NAICM. Fuente: OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development, 2015).

Dentro de las principales denuncias y críticas al proyecto del NAIM, se destacan las siguientes:

- ❖ *Despojo de tierras a pueblos originarios.* Desde los inicios del proyecto del NAICM, diversos pueblos originarios del Valle de México denunciaron el despojo de sus tierras a manos del gobierno de Enrique Peña Nieto y de empresarios, con el propósito de establecer ahí el NAICM (Rodríguez Cortés, 2018). El rechazo a la mega obra ha sido permanente y reiterativo por parte de la Coordinadora de Pueblos y Organizaciones del Oriente del Estado de México⁵. En nombre de dicha organización se reveló que las autoridades:

«han provocado el arrebato de tierras, desplazamiento forzado de habitantes de la región y sobre explotación de los acuíferos

⁵ Esto confirma lo que señala Escobar con respecto a que existe una constante lucha de los pueblos originarios en contra de la idea de un mundo único sugerido e impuesto por el neoliberalismo. De acuerdo con Escobar «al resistir el proyecto neoliberal de globalización, muchas comunidades marginadas están avanzando en las luchas ontológicas para la perseverancia y la mejora del pluriverso» (2018, p. 70).

[...] se está dañando irreversiblemente la franja prehistórica [...] y vestigios arqueológicos que son el patrimonio histórico y cultural de los pueblos» (Arellano García, 2018, párr. 2).

Por su parte Castañeda y Castellanos (2016) señalan que quitar sus tierras a los habitantes de la zona implica el despojo de su identidad, sus tradiciones y forma de vida, y con ello, parte de su cultura ancestral.

- ❖ *Condiciones de suelo adversas.* Otra de las denuncias en contra de la construcción del NAICM está relacionada con su ubicación en lo que fue el Lago de Texcoco. De acuerdo con investigadores, el tipo de suelo es inapropiado para un aeropuerto de esas dimensiones debido a que conlleva diversas dificultades técnicas, las cuales implicarían muy altos costos de realización y mantenimiento, para un país como México. Al respecto se ha señalado que la alta tasa de hundimiento regional se debe a la extracción de aguas subterráneas profundas (O’Riordan et al., 2017). También se han mencionado que «las características particulares de los suelos están asociadas con la presencia ubicua de diatomeas dentro de los minerales arcillosos presentes en los depósitos» (O’Riordan et al., 2017, p. 1070).
- ❖ *Impacto ambiental desfavorable.* Se ha reiterado el impacto ambiental negativo que traería dicha obra para la Ciudad de México. Respecto a este punto, Moreno sostiene que «la deforestación, la erosión, son realidades que afectan la parte cultural, histórica, toda vez que el ex Lago de Texcoco es y ha sido referente urbano y ambiental de la ciudad más importante de Mesoamérica en la historia» (2017a, p. 114). También señaló que «los problemas ambientales más significativos considerados por la obra son la contaminación, las posibles inundaciones, los problemas hídricos y la alteración de ecosistemas, así como la zona natural en extinción» (2017b, p. 270). En entrevista con Ramón Ojeda Mestre, secretario general de la Corte Internacional de Arbitraje y Conciliación Ambiental se dijo también que «La huella ecológica del nuevo aeropuerto es mucho más grande de la que nos habían ofrecido y la que nosotros mismos habíamos respaldado» (Salinas Cesáreo, 2018, p. 31).
- ❖ *Actos de corrupción y sobre costos vinculados a la obra.* Finalmente, unas de mayores inconformidades están relacionadas con los actos de corrupción. Se ha señalado que el NAICM es «un negocio de particulares en gran medida, donde el interés es económico, de poderosos grupos empresariales, de gobiernos como el federal y estatal» (Moreno, 2017a, p. 116). Además, se destacó que «los cálculos de costos del NAICM van desde los oficiales 186 mil mdp, hasta los 250 mil mdp» (La Silla Rota, 2018). Además, se ha dicho que el costo de la barda

perimetral tuvo un notable sobreprecio. De acuerdo con una investigación realizada por el grupo de Aristegui Noticias se dio a conocer que «Sedena encareció 89 % barda de Nuevo Aeropuerto y utilizó empresas fantasmas», que el costo inicial del muro perimetral era de «mil 547 millones de pesos, pero tras cuatro convenios modificatorios el muro se encareció hasta llegar a 2 mil 930 millones de pesos» (Proceso, 2018, párr. 1) Ese inexplicable sobreprecio estuvo ligado también a empresas fantasmas, lo cual evidencia nuevamente actos de corrupción. En este mismo sentido Rendón (2018, párr. 1) señaló que «en los últimos días, la Auditoría Superior de la Federación (ASF) ha dado a conocer diversas irregularidades, desvíos y mal manejo de miles de millones de pesos en diversas instituciones y secretarías del Gobierno Federal».

Ante la evidente inconveniencia del proyecto, además de los actos de corrupción, el gobierno federal actual de México decidió la cancelación definitiva del proyecto pese a los costos financieros y los riesgos de la fuga de inversiones.

Después de esta breve digresión, respecto al tema que nos ocupa, el problema fundamental con respecto al NAICM es la inexplicable participación de un arquitecto de la talla y trayectoria de Sir Norman Foster. Es de reflexionar esta participación si se tiene en cuenta que el entonces gobierno federal, encabezado por Enrique Peña Nieto, se había destacado ya internacionalmente por sus actos de corrupción. En este caso, cabría preguntarse: ¿cómo es que un proyecto del arquitecto Sir Norman Foster pudo estar en medio de una situación tan cuestionada?, ¿hasta qué punto debe llegar la responsabilidad ética y social del diseñador sobre el posible impacto de su trabajo en el ecosistema y en la sociedad?

La respuesta a estos cuestionamientos se encuentra fácilmente asumiendo que Norman Foster es un *arquitecto de marca*, un *arquitecto global* (McNeill, 2005). Asumiendo tal posicionamiento, su trabajo responde cabalmente al mundo único y estandarizado *sugerido desde la modernidad* (Escobar, 2005). En este sentido, se hace evidente: Norman Foster participó en el proyecto del NAIM como partidario y producto del modelo económico dominante, asumió que el valor supremo recae sobre el capital y el simbolismo internacional en donde lo ecológico y lo social son relegados a un segundo plano. Lo mismo podría esperarse de otros *arquitectos estrella* o *stararchitects*. Respecto a esto, Leslie Sklair dice que Norman Foster, Frank Gehry, Zaha Hadid y Rem Koolhaas, como *starchitects* «abrazan deliberadamente la ideología cultural del consumismo en su trabajo» (2010, p. 155). Sin embargo, desde nuestro punto de vista no es justificable que ningún diseñador —famoso o no— afecte social, cultural y ambientalmente a pueblos originarios con la excusa del supuesto de la modernidad y del progreso de un país. Así como tampoco se justifica participar en evidentes actos de corrupción y despojo.

Desde el hecho de la responsabilidad profesional se debe anteponer el valor ético al beneficio económico. Por ello, insistimos en redignificar el sentido y el valor de una profesión como el diseño. Rescatar su carácter social, respetando al medio ambiente y poniendo el diseño al servicio de la humanidad en su totalidad. No se trata de desvincular al diseño de su papel dentro del modelo económico y del mercado sino de dignificar el ejercicio profesional mediante una sólida orientación ética. Diseñar para el bien común es tan importante como diseñar para el lujo. Diseñar para las mayorías es tan importante como diseñar para las minorías.

En este sentido, la educación en diseño debe promover una formación ética, así como los profesionales deben promover valores mediante el ejemplo. Es una responsabilidad compartida que no puede postergarse. Según Milton Glaser cuando preguntó a un grupo de estudiantes de diseño de entre 21 y 28 años, sobre la posibilidad de llevar a cabo acciones como:

diseñar un paquete para que parezca más grande en el estante [...] diseñar un paquete dirigido a niños para un cereal sabiendo que los contenidos son de bajo valor nutricional y altos en azúcar [...] diseñar un anuncio para un producto cuyo uso frecuente podría provocar la muerte del usuario (Glaser, 2004, pág. 5)

Tres o cuatro de esos estudiantes dijeron estar dispuestos a ir hasta el final. Es decir, participar en la publicidad de un producto cuyo uso podría causar daño al usuario. La postura de estos estudiantes confirman la necesidad de establecer una redefinición del diseño desde el mundo académico. Queda claro que la idea sobre el diseño como actividad orientada fundamentalmente a promover el consumo es una visión ampliamente dominante en el entorno educativo y laboral. Sin embargo, es evidente el imperativo de un cambio de rumbo. Para ello se requiere que las escuelas de diseño incluyan contenidos enfocados al fortalecimiento de la responsabilidad social, la protección ambiental y, ante todo, el ejercicio ético y crítico de la profesión. No podemos limitarnos simplemente a reproducir un sistema que ha generado tanta desigualdad, deterioro ecológico y complicidad.

Por último, queremos destacar que, si bien el diseño como disciplina académica ha elaborado y desarrollado su carácter e identidad propia, su vocación interdisciplinaria que la ha distinguido desde sus orígenes no se ha perdido. Por lo contrario, se ha nutrido de otras disciplinas y con ello ha enriquecido y fortalecido su potencial. Hoy, la psicología, la sociología y la antropología son pilares fundamentales para comprender el papel y los alcances verdaderos del diseño como actividad ¿Cómo comprender al usuario en toda su complejidad sin el apoyo de estas disciplinas? En este marco, Herrera (2018) señala que el usuario posee al menos tres dimensiones: como ser individual y único, un ser social y un ser humano.

❖ Conclusión

Si bien es cierto que el modelo económico imperante ha impulsado el desarrollo tecnológico, la innovación y ha ampliado como nunca la oferta de productos, servicios y experiencias ligadas al diseño, también es necesario reconocer los altos costos sociales y ambientales. El cambio ambiental debido a una deforestación sin precedentes, la producción de desechos sólidos y no sólidos, el exagerado consumo energético y del agua, entre otros a causado daños al parecer irreversibles. Los costos sociales también han sido muy altos: las grandes migraciones, la desigualdad y el empobrecimiento cultural a través de la imposición gradual de estilos de vida *estandarizados*⁶.

En este contexto, Escobar ha señalado en diversas ocasiones la necesidad de reconocer y respetar la existencia de múltiples mundos, donde quepan las diversas cosmovisiones que aún coexisten en la sociedad actual. Es esencial aprender de los pueblos originarios sobre su aprecio y culto a la *madre tierra*, al planeta, a la naturaleza; hechos que apuntan en una dirección opuesta al *mundo moderno*, al mundo de la globalización y al modelo neoliberal. En este panorama, el diseño tiene muchísimo que aportar. Como señala Herrera, existe una dimensión sincrónica y otra diacrónica en el acto de diseño. La primera «es universal y atemporal» (2018, p. 43), es decir, no cambia, siempre ha estado ahí. Mientras que la segunda «se transforma en función de su contexto» (2018, p. 191). En este sentido es de esperar que la relación entre el diseño como actividad productiva y el modelo neoliberal cambie pronto para dar paso a nuevos paradigmas que permitan reorientar y redescubrir la verdadera vocación del diseño: la de mejorar la calidad de vida de los múltiples usuarios (no clientes) en toda su diversidad y complejidad; sin que ello signifique la imposición de tendencias únicas y estandarizadas y, mucho menos, de un deterioro ambiental y el empobrecimiento multicultural, factores que persisten y se resisten a morir.

Si bien la responsabilidad social del diseñador es un compromiso ante la comunidad, la ética es un compromiso consigo mismo, es una manifestación de su ser y actuar en el mundo. Es la conciencia de conducirse con valores para encontrar un modo de vida armonioso y sostenible (Papanek, 2003, p. 13). Además, este autor señala que «los valores proporcionan dirección cuando deben tomarse decisiones sobre cursos alternativos de acción» (Papanek, 2003, p. 70).

Por ello, consideramos como un pilar la educación el proceso idóneo para promover y fortalecer los aprendizajes necesarios para cambiar *desde dentro* esta realidad. En este enfoque Berman dice que hoy, como nunca antes, los diseñadores tienen la oportunidad de «usar el diseño de manera responsable para marcar la diferencia» (2009, p. 106).

⁶ A ello podemos sumar la lamentable pérdida de incontables vidas humanas derivadas de la reciente crisis sanitaria a causa del Covid-19. Hecho que evidenció que el sector salud a nivel mundial ha sido diseñado desde una perspectiva neoliberal y desde la privatización de servicios y no con una vocación verdaderamente de interés social.

Hasta aquí se ha centrado la discusión en tres ejes: el cuidado del medio ambiente, la responsabilidad social y la importancia de la práctica ética del diseño. Dicha responsabilidad se vuelve aún mayor en los casos en que el diseñador ha logrado reconocimiento y prestigio dado que, de alguna manera, se convierte en un modelo a seguir. Es claro entonces que, tanto las instituciones de educación superior, como los diseñadores en activo, debemos trabajar para fortalecer la formación ética del diseñador, el sentido de responsabilidad ambiental y el compromiso social. Es tiempo de conceder la misma importancia a la formación ética del diseñador, que a su formación en materia de estética y manejo de la forma. Por todo ello, concluimos este trabajo abordando la relación entre ambos conceptos.

Es claro que el diseñador, en su práctica no solo pone en juego todo su conocimiento, habilidades y experiencia. También, manifiesta su visión del mundo, su responsabilidad social, su ética y sus valores. La sociología y la antropología nos permiten comprender al usuario como un *ser social e individual* a la vez, lo que desmiente la idea de un *usuario estándar*.

El diseño debe volver a ser una actividad a pequeña escala para ajustarse mejor a las demandas verdaderas de los usuarios. Esto demanda el fortalecimiento de la educación del diseñador en estas áreas del conocimiento. Los cambios deben surgir desde los espacios educativos. De manera que, corresponde al mundo académico el impulso de los cambios fundamentales en el ejercicio del diseño. Urge recuperar la vocación original del diseño: la atención del usuario en todas sus dimensiones. ●

Referencias

- Arellano García, C. (2018, abril 10). Coordinadora de Pueblos exige parar obras del NAICM. *La Jornada*,. Recuperado el 26 de Agosto de 2020 de: <https://www.jornada.com.mx/ultimas/sociedad/2018/04/10/coordinadora-de-pueblos-exige-parar-obras-del-naicm-5948.html>
- Barnbrook, J., Bell, N., Blauvelt, A., Bockting, H., Boom, I., Levrant de Breteville, S., Wilkinson, B. (1999). *First Things First* (1964 & 2000). *Eye*, 9(33), 5.
- Benyus, J. M. (2002). *Biomimicry: Innovation Inspired by Nature*. New York: HarperCollins.
- Benyus, J. M. (2014). A Biomimicry Primer. En D. Baumeister (Ed.), *Biomimicry RESOURCE Handbook: a seed bank of best practices*. pp. 7-16. Missoula: Biomimicry 3.8.
- Berman, D. B. (2009). *Do Good Design How Designers Can Change the World*. Berkeley: New Riders Press.
- Calvera, A. (2007). *De lo bello de las cosas: Materiales para una estética del diseño*. (Anna Calvera, Ed.). Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, SL.

- Castañeda de la Cruz, E. Castellanos Suárez, J. (2016). Atenco: el inicio de una lucha por su identidad. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 7(2), 427-439.
- Chaves, N. (2017). Relecturas del Diseño: Una inmersión en el discurso sobre el diseño para despejar sus nociones más controvertidas: creatividad, innovación, arte, tecnología, función social. Curso en línea impartido por Chaves a través del Foro Alpha [portal de internet].
- Davis, M. (2017). *Teaching design. A guide to curriculum and pedagogy for colleges design faculty and teachers who use design in their classroom (First)*. New York: Allworth Press.
- Escobar, A. (2018). *Designs for the Pluriverse: Radical Interdependence, Autonomy, and the Making of Worlds*. Durham: Duke, University Press.
- Etchezarreta Zubizarreta, M. (2007). ¿Es posible un diseño crítico? *Temas de Diseño, Popular Science Journal*, [ELISAVA, universidad]. (24), 19-25.
- Fernández Alcalá, J. (2015). The principles of circular economy in product engineering. En *19th International Congress on Project Management and Engineering*. Granada, España.
- Flusser, V. (2012). *The shape of things, a philosophy of design*. London, England: Reaktion Books.
- Garland, K. (1964). First Things First Manifesto. *The Guardian*. Recuperado el 26 de agosto de 2020 de https://corrigandesignedu.files.wordpress.com/2014/02/first-things-first_1964-2000.pdf
- Glaser, M. (2004). Ambiguity & truth. Recuperado el 28 de junio de 2020 de <https://www.miltonglaser.com/files/Essays-Ambiguity-8192.pdf>
- Hannah, R. (2018). Plastic Pollution [Our World in Data, portal de internet]. Recuperado el 26 de agosto de 2020 de <https://ourworldindata.org/plastic-pollution#global-plastic-by-sector>
- Herrera Batista, M. Á. (2018). *Investigación en diseño. Su realidad y objeto de estudio*. Ciudad de México, México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Jambeck, J. R., Geyer R., Wilcox C., Siegler, T. R., Perryman, M., Andrady, A., et al., (2017). Plastic waste inputs from land into the ocean. *Science Advances*, 3(7). Recuperada el 26 de agosto de 2020 de <https://science.sciencemag.org/content/347/6223/768>
- McDermott, C. (2001). *El gran libro del diseño de productos*. Ciudad de México, México: Mc Graw Hill.
- McNeill, D. (2005). In Search of the Global Architect: the Case of Norman Foster (and Partners). *International Journal of Urban and Regional Research*, 29(3), 501-515. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2005.00602.x>
- Moreno Sánchez, E. (2017a). Lo ambiental del Nuevo Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, en Texcoco, Estado de México. *Letras Verdes*.

- Revista Latinoamericana de Estudios Socioambientales*, (22), 248. <https://doi.org/10.17141/letrasverdes.22.2017.2504>
- Moreno Sánchez, E. (2017b). Lo urbano y lo local del nuevo aeropuerto internacional de la ciudad de México, en Texcoco, Estado de México. *Espacio Abierto, Cuaderno Venezolano de Sociología*, 26(3), 91-118. Recuperada el 26 de agosto de 2020 de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/122/12259722005/html/index.html>
- O'Riordan, N., Antonio, C., Ciruela, F., & Kumar, S. (2017). The stiffness and strength of saltwater Lake Texcoco clays, Mexico City. En *Proceedings of the 19th International Conference on Soil Mechanics and Geotechnical Engineering*. Seoul.
- OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development). (2015). *Effective Delivery of Large Infrastructure Projects (Summary in English)*. Paris, France: OECD Public Governance Reviews. <https://doi.org/10.1787/9f455c5b-en>
- Papanek, V. (2006). *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*. 2.a ed. London, England: Thames & Hudson.
- Pilloton, E. (2009). *Design Revolution: 100 Products that Empower People*. New York: Metropolis Books.
- Polak, P. (2008). *Out of Poverty: what works when traditional approaches fail*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
- Rendón, V. (2018, febrero 22). Detectan irregularidades en casi mil millones de pesos para el NAICM. *CC News*. Recuperada el 26 de agosto de 2020 de <https://news.culturacolectiva.com/noticias/asf-detecta-irregularidades-en-construccion-de-nuevo-aeropuerto/>
- Rodríguez Cortés, R. (2018, julio 23). Pueblos originarios de la Cuenca del Valle de México firman manifiesto contra NAICM. *Periódico Supremo: El Poder de La Información*, pp. 1-2. Recuperada el 26 de agosto de 2020 de <http://periodicosupremo.com.mx/2018/07/23/pueblos-originarios-la-cuenca-del-valle-mexico-firman-manifiesto-naicm/>
- Rodríguez Morales, L. (2012). *El diseño y sus debates: Antologías*. Ciudad de México, México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Salinas Cesáreo, J. (2018, marzo 19). Impacto ambiental por NAICM, mucho mayor al aprobado: corte internacional. *La Jornada*, p. 31.
- Silla Rota, La (2018, mayo 19). La Silla Rota [Gráfico]. Recuperado el 26 de agosto de 2020 de <https://lasillarota.com/aeropuerto-mas-grande-mundo-costar-igual-naicm/221583>
- Sklair, L. (2010). Iconic Architecture and Culture-ideology of Consumerism. *Theory, Culture & Society*, 27(5), 135-159. <https://doi.org/10.1177/0263276410374634>

Smith, C. E. (2007). *Design for The Other 90 %*. New York: Cooper-Hewitt, National Design.

Sparke, P. (2013). *An introduction to design and culture 1900 to the present*. 2.a ed. Gloucestershire, Great Britain: Routledge, Taylor & Francis Group. <https://doi.org/10.4324/9780203129999>

Wilhide, E. (2016). *Design: The Whole Story*. London, England: Thames & Hudson.

Sobre los autores *Lorenzo Miguel Ángel Herrera Batista*

Licenciado en Arquitectura Universidad Autónoma Metropolitana, maestro en Educación y Desarrollo Cognitivo por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México y doctor en Diseño en la línea de Nuevas Tecnologías, Universidad Autónoma Metropolitana. Es profesor-investigador adscrito al departamento de Procesos de la UAM-Azcapotzalco de la división de Ciencias y Artes para el Diseño. Sus áreas de interés son Aprendizaje Virtual, Diseño y Procesos y Métodos de Investigación en Diseño. Responsable y fundador del grupo de investigación de Innovación Educativa en el Diseño.

Publicaciones: Investigación en Diseño: Su realidad y objeto de estudio (2018). The ontology of Desig Research (2020), En prensa. Ha dirigido diversas tesis a nivel maestría y Doctorado tanto en la UAM Azc. Como en UAM-X y el CIN-VESTAV, IPN.

Congresos recientes: Academia Journals Celaya 2020, Academia Journals Oaxaca 2020, Academia Journals Hidalgo 2019, 2018 WEI International Academic Conference, Venue: Boston (Harvard Faculty Club).

Marco Antonio Marín Álvarez

Licenciado en Diseño de la Comunicación Gráfica por la Universidad Autónoma Metropolitana, maestro en Administración con especialidad en Comercialización Estratégica por la Universidad del Valle de México y doctor en Diseño por la Universidad Autónoma Metropolitana. Es profesor-investigador adscrito al departamento de Procesos de la UAM-Azcapotzalco de la división de Ciencias y Artes para el Diseño. Sus áreas de interés son la semiótica, la hermenéutica e imagen fotográfica, así como la mercadotecnia y la publicidad.

Carlos Angulo Alvarez

Es Diseñador Industrial por la Universidad Autónoma Metropolitana. Tiene estudios de especialización en Diseño en la línea de CAD/CAM, Maestría en Diseño y Nuevas Tecnologías. Tiene pendiente el continuar con estudios de Doctorado en Diseño por la UAM AZC en la cd.mx y Tecnología Educativa por la Universidad Mar de Cortés en Culiacán Sinaloa. Actualmente es jefe del Área de Investigación de Nuevas Tecnologías adscrita al Departamento de Procesos y Técnicas de Realización de la División de Ciencias y Artes para el Diseño de la Unidad Académica Azcapotzalco. Su Línea de generación de conocimiento es en Modelado tridimensional y Tecnología Educativa.

Giovanni Tiepolo y Jules Chéret: De lo divino a lo mundano

Giovanni Tiepolo and Jules Chéret:
from the divine to the mundane

Eréndida Cristina Mancilla González

erendida@fh.uaslp.mx

Universidad Autónoma de San Luis Potosí

San Luis Potosí, San Luis Potosí, México

ORCID 0000-0002-0626-4440

Recibido: 24 de julio de 2020

Aprobado: 11 de noviembre de 2020

Publicado: 01 de enero de 2021

Resumen

El objetivo del presente artículo es analizar los principales rasgos estilísticos y los valores simbólicos presentes en los carteles de Jules Chéret, que guardan relación con la obra del artista Giovanni Tiepolo. El análisis se desarrolló mediante el método iconográfico de Erwin Panofsky (1979), del que se tomaron los niveles de significación primaria o natural atendiendo a las funciones fáctica y expresiva, que constituyen una descripción preiconográfica de los elementos del cartel; adicionalmente, se estudió la significación secundaria o convencional para el establecimiento de la relación de los motivos artísticos y los temas abordados, los conceptos manifiestos en imágenes y alegorías presentes en las obras analizadas en el nivel iconográfico; finalmente, en el nivel iconológico se obtuvo la significación intrínseca mediante los valores simbólicos del cartel, encontrando la relación entre ambos autores a partir de dos conceptos básicos: lo divino y lo mundano.

Palabras clave: Jules Chéret, Giovanni Tiepolo, cartel, mujer, método iconográfico, Erwin Panofsky.

Abstract

The aim of this article is to analyze the main stylistic features and symbolic values present in Jules Chéret's posters, which are related to the work of the artist Giovanni Tiepolo. The analysis was developed through the iconographic method of Erwin Panofsky (1995), from which the levels of primary or natural significance were taken, taking into account the phatic and expressive functions, which constitute a pre-iconographic description of the elements of the poster; additionally, the secondary or conventional significance was studied for the establishment of the relationship of the artistic motifs and the topics addressed, the concepts manifested in images and allegories present in the works analyzed at the iconographic level; Finally, at the iconological level, the intrinsic significance was obtained through the symbolic values of the poster, finding the relationship between both authors based on two basic concepts: the divine and the mundane.

Keywords: Jules Chéret, Giovanni Tiepolo, poster, woman, iconographic method, Erwin Panofsky.

◆ Introducción

Jules Chéret (1836-1933) fue un pintor y litógrafo francés que se dedicó a hacer anuncios en carteles de gran formato mediante la técnica de la litografía, se le reconoce como el primero en trabajar este medio de difusión masiva. “Por la importancia de su producción es considerado el primero de los grandes cartelistas” (Meggs, 2000, p.184) de ahí que se le considere el padre del cartel. Por ser hijo de padres artesanos, Chéret se inició en la impresión litográfica a edad temprana, también estuvo relacionado con el campo del arte, en donde se ubican algunas de sus principales influencias, ya que se dedicó a estudiar las técnicas de los artistas en las galerías parisinas, mismas que trasladó al cartel. Por ello, es importante determinar los atributos formales y de significación que Chéret utilizó en un medio naciente destinado a la promoción de productos, eventos e ideas a finales del siglo XIX.

En esta época, Chéret transformó al cartel en un medio más visual y pictórico gracias a la litografía y a su conocimiento de las técnicas representativas de la pintura; por ello, y a partir de la relevancia que obtuvo su trabajo, resulta importante estudiar su obra mediante el análisis a nivel compositivo, representacional y simbólico, para entender la construcción del mensaje mediante las alegorías, entendidas como representaciones concretas que evocan ideas y conceptos más abstractos, los cuales tienen relación con la obra de Tiepolo como su referente directo.

◆ La producción pictórica de Giovanni Tiepolo

Giovanni Battista Tiepolo (1696-1770), discípulo de Gregorio Lazzarini, fue uno de los más famosos maestros del arte europeo del siglo XVIII. Heredó en su obra el tenebrismo de Federico Bencovich, así como el realismo y la monumentalidad de su contemporáneo Giovanni Battista Piazzetta (Whistler, s.f.). En la pintura de Tiepolo se ven grandes contrastes de luz y sombra y, sobre todo, movimientos un tanto exagerados, formas angulosas que no aparecen en el arte de Lazzarini, lo que deja claro que durante sus primeros años, Tiepolo estaba moviéndose en dos tendencias, debatiéndose entre un arte más claroscuro que estaba de moda entre los artistas jóvenes, y un arte más ligero, más atmosférico, que finalmente fue el que triunfó y el que le fue abriendo camino al arte traslúcido y aéreo del que es magnífico ejemplo (Pancorbo, 2013).

En sus primeras pinturas, se puede apreciar la existencia de violencia en los contrastes de luz y los planos tienen un acusado realce. En el siglo XVIII, Tiepolo fue el decorador más importante por el conocimiento que tenía de la perspectiva y el movimiento. La pintura de Tiepolo posee un gran sentido constructivo, una gran plasticidad de los contrastes de luz y un colorido brillante en atmósferas claras (Lozano, 1976, p.437).

Entre sus obras célebres en Venecia, hay que señalar las decoraciones al fresco de las iglesias de Santa María del Rosario para los dominicos (1737-1739) y Santa María de Nazaret para los carmelitas descalzos (1743-1745), así como la del grandioso salone del Palacio Labia con escenas de la historia de Marco Antonio y Cleopatra (1746-1747) (Whistler, s.f.).



Figura 1. Giovanni Tiepolo (1759). *Santa Tecla rogando por los enfermos de peste [izq.] y Dos Figuras Femeninas (Ángeles Volando) [der.]*. Fuente: Barnicoat, 1995, p.13. Obras del dominio público.

El trabajo de Tiepolo se caracteriza por el uso de conjuntos de figuras que se desprenden del horizonte terrenal para elevarse al plano celeste. El ascenso sugiere una progresión gradual hacia las alturas, un desprendimiento de la materia del propio cuerpo del individuo y de lo corruptible del mundo para alcanzar la elevación del espíritu y llegar a Dios, y por ende, a la salvación del alma. Por otro lado, la perspectiva aérea contribuye a hacer evidente el recorrido ascendente, que también se enfatiza con el tratamiento de la luz resplandeciente que aparece en la escena.

En la representación de la pintura de Tiepolo, las nubes encarnan tanto una conexión con lo terrenal como una liberación de lo material.

“Las nubes forman parte de un intercambio continuo y recíproco entre lo etéreo y lo terrenal, y se mueven entre la informalidad y la forma” (Martín, 2011, p.58).

◆ La producción de carteles litográficos de Jules Chéret

Jules Chéret entró en contacto con la litografía al realizar una estancia en Inglaterra. A su regreso a París, comenzó a utilizar este sistema para producir carteles litográficos a color en gran formato. Su primer diseño con esta técnica de reproducción fue *Orphée aux Enfers* en 1858 (Barnicoat, 1995, p.7). “Chéret estaba convencido que los carteles litográficos pictóricos reemplazarían a los carteles tipográficos hechos con tipos que llenaban el paisaje urbano y solo ocasionalmente tenían pequeñas ilustraciones de grabados de madera” (Meggs, 2000, p.184).

Chéret, al dibujar directamente sus diseños en la piedra litográfica, obtenía una mayor libertad en el manejo de la imagen y del texto, haciendo suyo el lenguaje visual vivo y alegre del arte popular que se utilizaba comúnmente en los programas de circo, espectáculos ambulantes, ferias, etc. y potenciándolo con su dominio de la técnica y su interpretación del arte mural en el lenguaje de lo popular (Barnicoat, 1995, p.16). Estableció en su obra un carácter dinámico y fluido de las formas, en donde las figuras humanas transmiten ligereza y libertad; las figuras centrales son mujeres y aparecen enmarcadas por envolventes de color, elementos secundarios y letras gruesas que repiten, muchas de las veces, las formas y gestos de las figuras humanas.

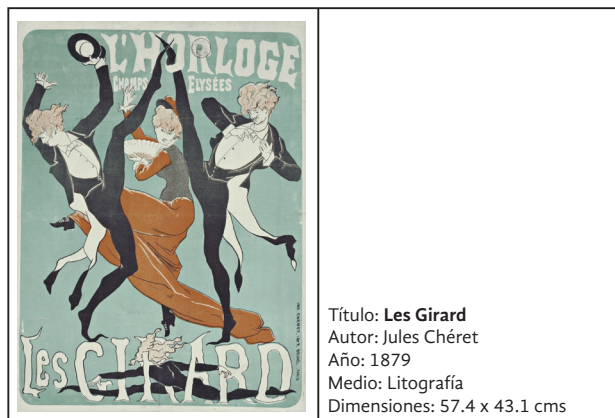
El trabajo de Jules Chéret parece estar basado en las obras tradicionales de la pintura mural europea. Se puede comparar con los murales y las composiciones alargadas, verticales y rectangulares del pintor Giovanni Tiepolo (Barnicoat, 1995, p.8). Chéret, por su formación, era cercano al campo del arte y veía al cartel como un mural que sirve para adornar la calle y no tanto como un anuncio (Barnicoat, 1995, p.12), de ahí que su producción de carteles apareciera como una obra artística nueva y vital sobre las paredes de las calles de París: veía al contexto urbano como si se tratara de una galería.

Además de realizar carteles para las representaciones de compañías itinerantes y festivales municipales, su obra se enfocó en la venta de bebidas y licores, perfumes, jabones, cosméticos y productos farmacéuticos. Eventualmente, sumó a sus clientes a las compañías de ferrocarriles y también a un buen número de negocios de fabricación. “Las diversiones ambulantes como los circos y carnavales encargaban grandes carteles para anunciar su llegada. Los productores de entretenimientos espectaculares favorecían las ilustraciones dramáticas con rótulos fuertes y simples colocados sobre el fondo y con márgenes brillantemente coloreados” (Meggs, 2000, p.149).

La obra de Chéret es representativa del fin de la gran tradición europea, en donde a partir del uso de un dibujo simple sin detalles, con formas lisas y colores básicos (rojo, amarillo y azul) más el uso del negro, se apartó del manejo tradicional de los cuerpos sólidos y la creación del relieve, para dar paso a un nuevo estilo en el que usaba textos breves e incrementaba la escala de sus figuras principales, por lo general usaba mujeres jóvenes y sonrientes; él fue el primero en utilizar las pin-ups de nuestro tiempo en la publicidad. El trabajo de Jules Chéret estableció el comienzo del cartel moderno (Müller-Brockmann, 2004, p.39).

Método La iconografía en la historia del arte tiene la finalidad de ahondar en la significación de la obra, por tanto, va más allá del aspecto formal y compositivo, es decir, busca el sentido que tiene la imagen (Panofsky, 1979, p.45). Para abordar el análisis se utilizó el método iconográfico de Erwin Panofsky que se basa en tres niveles: preiconográfico, iconográfico e iconológico. El primero es un nivel de significación primaria o natural que atiende a la función fática y la expresiva, es una descripción de los elementos que conforman a la imagen, lo que se observa. En el segundo nivel, se aborda la significación secundaria o convencional estableciendo la relación de los elementos artísticos, conceptos y alegorías presentes en las imágenes, se remite al estudio de los signos y su interacción en el cartel. Finalmente, en el tercer nivel se aborda la significación intrínseca mediante los valores simbólicos de la imagen contenida en el cartel y su relación con la época y el contexto en el que se creó la producción de Jules Chéret.

Para el análisis, se seleccionaron seis obras representativas de Jules Chéret, en las que aparece la mujer en alguno de los arquetipos de la época, ya sea como artista, bailarina de cabaret o como una dama de la sociedad parisina. Las obras son las siguientes: Les Girard, 1879; La Pantomime, 1879; Olympia Anciennes, Mont Agnes Russes, Boulevard des Capucines, 1892; Folies-Bergere, L'Arc en Ciel, Ballet-Pantomine en Trois Tableaux, 1893; Folies-Bergère, La Loïe Fuller, 1893 y Théâtre de L'opera. Carnaval, 1894. Todas las imágenes seleccionadas muestran escenas propias de la época en las que aparecen mujeres divirtiéndose y promoviendo los espectáculos del momento.



Título: **Les Girard**
 Autor: Jules Chéret
 Año: 1879
 Medio: Litografía
 Dimensiones: 57.4 x 43.1 cms

	<p>Título: La Pantomime Autor: Jules Chéret Año: 1879 Medio: Litografía</p>
	<p>Título: Olympia Anciennes, Mont Agnes Russes, Boulevard des Capucines. Autor: Jules Chéret Año: 1892 Medio: Litografía Dimensiones: 124.4 x 87.3 cms. Imprenta: Chaix (Ateliers Chéret) Paris</p>
	<p>Título: Folies-Bergère, L'Arc en Ciel, Ballet-Pantomime en Trois Tableaux Autor: Jules Chéret Año: 1893 Medio: Litografía Dimensiones: 123.9x 86.7 cms. Imprenta: Chaix (Ateliers Chéret) Paris</p>
	<p>Título: Folies-Bergère, La Loïe Fuller Autor: Jules Chéret Año: 1893 Medio: Litografía Dimensiones: 123.2 x 87.6 cms. Imprenta: Chaix</p>



Figura 2. Muestra para el análisis, carteles de Jules Chéret.
 Fuente: Recuperadas de Museo de Arte de Nueva York (2009-2010). Obras del dominio público.

Como instrumento para el análisis, se diseñó una ficha que se aplicó a cada uno de los carteles. En este documento, se puede observar un ejemplo en la figura 3. Esta ficha consta de cuatro apartados: en el primero, se registran los datos generales de la obra para su identificación; en el segundo segmento aparece el análisis pre-iconográfico a manera de descripción general de los elementos que aparecen en la escena del cartel; el tercer apartado corresponde al análisis iconográfico en el que se identifican los signos utilizados y se explica su significado; en el cuarto apartado, se contextualizan históricamente los signos. Por último, se establecen los rasgos estilísticos y conceptuales que unen la obra de los dos autores.

FICHA 1 Datos generales de la obra	
	<p>Título: Les Girard Autor: Jules Chéret Año: 1879 Medio: Litografía Dimensiones: 57.4 x 43.1 cms 2020 Jules Chéret / Artist Rights Society (ARS), New York. Department: Architecture and Design</p>
Análisis preiconográfico (descripción básica)	
<p>Se puede ver que en la composición del cartel parecen cuatro figuras humanas, dos hombres en primer plano y otro más en la parte de abajo; y al fondo se ubica una mujer. Las figuras humanas están bailando y tienen como característica distintiva el aparecer flotando ya que sus pies parecen no tocar el suelo; los hombres visten trajes de gala en color negro, uno de ellos sostiene un sombrero de copa, la mujer que aparece en segundo plano viste un vestido rojo y un sombrero del mismo color, sostiene en su mano un abanico y su postura es de alguien que baila. La figura de la parte de abajo viste un traje negro y mediante un acto contorsionista se entrelaza con la letra que forma la palabra GIRARD. El fondo del cartel es verde y aparece liso sin decoraciones. En el cartel en la parte superior, aparecen letras en color blanco y se lee la frase "L'Horloge Champs Elysées", en la parte de abajo también con letra en color blanco y un delineado negro aparece escrito "Les Girard". Las imágenes están realizadas como dibujo en plasta con pocos detalles, son superficies lisas con colores sólidos.</p>	

Análisis iconográfico (signos y su interacción en el cartel)
<p>Desde el punto de vista iconográfico lo que se ve en el cartel es claramente una escena de una baile relacionado con los espectáculos de la época que se presentaban en L 'Horloge café-concierto, hace alusión a un baile de gala por los atuendos de los hombres que bailan con la dama, y también se remite a un acto de contorsionistas sugerido por los pies de las figuras masculinas y la figura del hombre que aparece entrelazado con las letras y lleva un traje circense.</p> <p>En el nivel iconológico, más específicamente, se determina la referencia de esta obra al ballet de acción o ballet-pantomima que era un espectáculo coreográfico narrativo, cuyo argumento se desarrollaba con ayuda de la danza y de la pantomima. Esta época se caracterizó por la ópera-ballet y la comedia-ballet. El ballet-pantomima triunfó en los teatros de la Feria y la Ópera-comique de París y se extendió por toda Europa hacia la mitad de siglo. El teórico de la danza Jean-Georges Noverre, le dio el nombre de ballet de acción, mucho mas adecuado que el ballet-pantomima.</p> <p>En lo que respecta al sitio L'Horloge, este fue un café restaurante abierto en 1840 en los jardines de Holiday Square. Se convirtió en un café-concierto en 1848 y fue demolido en 1855, durante la construcción del Palais de l'Industrie, reconstruido ese mismo año, en la plaza Ledoyen en los jardines de los Campos Elíseos. En 1897, Joseph Oller instaló su jardín de París allí. Fue cerrado y luego demolido en 1914.</p>
Análisis iconológico (valor simbólico)
<p>En el cartel se puede ver una escena frívola de un espectáculo propio de un cabaret parisino, sin embargo la composición remite a la ascensión, como concepto, lleva implícita una jerarquía de valor, en donde algo asciende desde un estado inferior, oscuro y primitivo hasta otro elevado, ligero, refinado o inteligente. Los bailarines parecen no tocar el suelo, su configuración sugiere ligereza. La ascensión tiene que ver con un movimiento físico o psíquico hacia arriba, se une lo mundano (el espectáculo) y lo divino (representación de figuras) en el cartel.</p>

Figura 3. Ficha de análisis del cartel *Les Girard de Jules Chéret*. Fuente: *Elaboración propia*.

Hallazgos Este apartado sintetiza los resultados obtenidos a partir del análisis de los seis casos que integran la muestra, cada uno de ellos fue examinado con el mismo instrumento (ficha mostrada en la Figura 3) y, con base en el análisis integrado de los niveles preiconográfico, iconográfico e iconológico se llegó a las siguientes observaciones relacionadas con la obra de Chéret y su relación con el pintor Tiepolo.

En el análisis preiconográfico se encontró que, en las obras analizadas, las imágenes dan la impresión de estar suspendidas en el aire, ya que las figuras humanas tienen como característica distintiva el aparecer flotando, sus pies no tocan el suelo (ver Figura 4). Los hombres aparecen de la cintura hacia arriba y la mujer se representa de cuerpo completo; el tamaño de la figura subraya la importancia de la mujer, los hombres ocupan un papel secundario y de acompañamiento a la figura principal, por lo general aparecen atenuados, con poco detalle en el trazo.

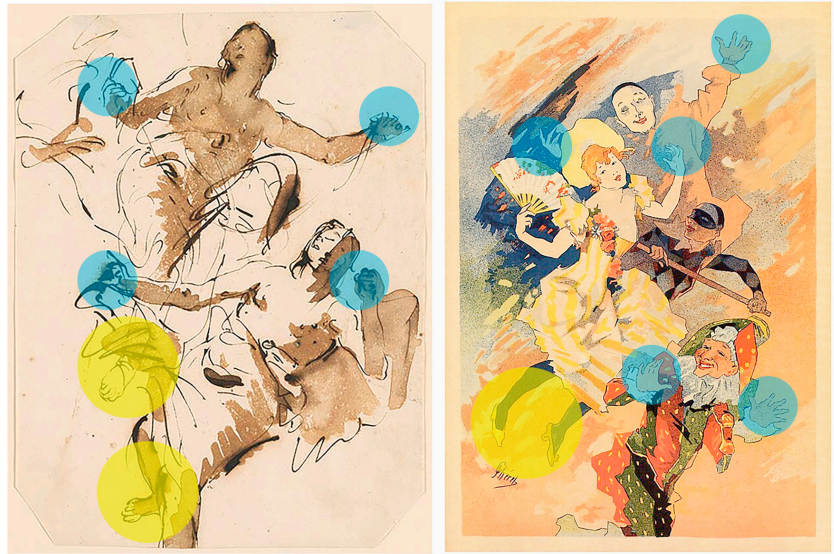


Figura 4. Comparación de las obras de Tiepolo [izquierda: *Dos Figuras Femeninas (Ángeles voladores?)*] y Chéret [derecha: *Cartel para una pantomima*] en donde se ejemplifica el uso de las imágenes en vuelo con manos que se elevan y pies que no tocan el suelo, se aprecian en un contexto divino representando la elevación, y en un contexto mundano representando cuestiones terrenales como el goce y el regocijo. Fuente: Obras del dominio público.

Las mujeres esbeltas y elegantes aparecen en una posición despreocupada y alegre, siempre en movimiento; su rostro dibuja una sonrisa y refleja alegría. La postura inclinada y delicada sugiere movimiento. Las mujeres usan vestidos escotados y vaporosos que se elevan con el aire y sobre su cabeza usan tocados o sombreros. La presencia en los carteles de una figura femenina protagonizando la escena, otorgan a los carteles de Chéret una carga erótica, al mostrar sus encantos en los muros de las calles de París (Satué, 1999, p.79).



Figura 5. Las imágenes muestran a la figura femenina como protagonista en una actitud alegre y desenfadada propia de las mujeres dedicadas al espectáculo. Fuente: Elaboración propia basada en la obra de Jules Chéret. Obras del dominio público.

Las imágenes principales, por un lado, están realizadas como un dibujo con pocos detalles; generalmente, son superficies lisas con colores sólidos y, por otro lado, en su mayoría aparecen con trazo suelto y colores diluidos que se vinculan más con la pintura. Se recurre también al manejo del contraste de luz y sombra para generar volumen. Los fondos de los carteles son lisos y sin decoraciones; aparecen en ocasiones texturizados sutiles en varios tonos de un solo color; otro tratamiento que se les da es el uso de manchas de color que de manera libre se mezclan, utilizando colores cálidos y fríos combinados; en el fondo también aparecen desvanecidos de tonos oscuros a claros de la parte superior a la inferior. El uso de los fondos difuminados otorga ligereza a la escena para poder elevar a sus mujeres por los aires (ver Figura 5). Las figuras humanas muchas de las veces interactúan y se entrelazan con los textos (ver Figura 6).



Figura 7. Los fragmentos de los carteles ejemplifican el manejo de la relación de la imagen con el texto. Fuente: Elaboración propia (2020) basado en la obra de Jules Chéret.

En el análisis iconográfico se encontró que las obras hacen referencia al ballet de acción o ballet-pantomima, ya que en los carteles se pueden ver imágenes de payasos, arlequines, contorsionistas, bailarines, cantantes, etc., gente relacionada con el ámbito del espectáculo de la época. El ballet-pantomima era un espectáculo coreográfico narrativo, con un argumento que se desarrollaba precisamente con ayuda de la danza y de la pantomima. Esta época se caracterizó por la ópera-ballet y la comedia-ballet. Una de las mujeres presentes en la obra de Chéret es Marie Louise Fuller (1862 –1928), mejor conocida como Loie Fuller, quien fue una bailarina, actriz, productora y escritora estadounidense que adquirió una gran fama al concentrarse en los efectos visuales; utilizó tejidos que flotaban y luces multicolores. Fuller fue una atracción importante en la feria mundial de París de 1900, ella encarnaba el Art Nouveau con su innovadora coreografía y sus trajes de seda diáfana iluminados por luces eléctricas multicolores (MoMA, 2009-2010).

En lo que respecta a los mensajes, por lo general aparece el nombre del lugar donde se presenta el espectáculo y su dirección (L'Horloge, Champs Elysées, Folies-Bergere, Théâtre de l'Opéra), la compañía de artistas (Les Girard, L'Arc en Ciel, Ballet-Pantomine) o el artista principal (Loïe Fuller). En la época, eran muy comunes los sitios destinados a la presentación de espectáculos, existían teatros y salas de conciertos que frecuentaba la alta sociedad parisina durante los siglos XVIII y XIX.

En el análisis iconológico se encontró que la alegoría es la que permite entender la relación entre la obra de los dos autores, ya que ésta expresa poéticamente un pensamiento a partir de comparaciones o metáforas, estableciendo una correspondencia entre los elementos imaginarios. Se trata pues, de un conjunto de elementos figurativos usados con valor simbólico que guardan un paralelismo con un sistema de conceptos o realidades (Beristáin, 2003, p.25), aunque estas no coincidan en tiempo y espacio. La alegoría es un conjunto tan complejo de símbolos que ya no es descifrable intuitivamente (Gispert, 2009, p.427), de ahí que la complejidad de las imágenes se interprete a partir del conjunto de elementos que la conforman.

Según señala Phillip Meggs, en la obra cartelística de Chéret:

Se puede ver la influencia de Giovanni Tiepolo en la iluminación, con un colorido más claro y ligero, y las composiciones etéreas, llenas de gracia, tendientes a la verticalidad, muy alargadas, dividiendo el espacio entre una zona celeste y otra terrenal; sus figuras expresaban energía y movimiento por medio de torsos doblados y extremidades extendidas (2000, p.185).

Chéret, efectivamente, eleva lo mundano al plano de lo celestial. En sus carteles se pueden ver escenas frívolas para los cabarets y los teatros; sin embargo, la composición remite a las representaciones de Tiepolo, en donde la ascensión, como concepto, lleva implícita una jerarquía de valor, en donde algo asciende desde un estado inferior, oscuro y primitivo hasta otro elevado, ligero, refinado o inteligente.

La ascensión tiene que ver con un movimiento físico o psíquico hacia arriba. Está asociada a la emergencia, la elevación, la sublimación y el librarnos de las cargas que nos abruman. A menudo se representa míticamente como un vuelo, un tener alas, un ojo de pájaro que abarca una perspectiva más amplia o una expansibilidad espiritual y una liberación de las limitaciones de la vida material (Martin, 2011, p.430).

En el caso de Chéret, la elevación de las mujeres del mundo del espectáculo se da a través del vuelo, del desprendimiento de los pies del piso, simulando las composiciones aéreas de Giovanni Tiepolo. Sus mujeres no son santas ni vírgenes, pero se desprenden de lo terrenal y se elevan del igual modo al plano celestial. Lo mundano, lo terrenal y material se

eleva y no aparece ya como oposición a lo celestial o espiritual; por el contrario, ambos planos se unen. A la elevación se opone el descenso, que nos lleva a lo corpóreo. “La gravedad nos empuja de modo natural hacia abajo como masa y peso. Descendemos a la pura realidad, a las cargas de la responsabilidad; a la sensualidad, al placer y al dolor” (Martin, 2011, p.432). Chéret juega con la dicotomía elevación-descenso, disolviéndola.

En este sentido, en sus carteles Chéret utilizó un arquetipo de mujeres hermosas y jóvenes (Chérettes). El atributo principal de estas mujeres consistió en arrasar con otra dicotomía que separaba a las mujeres de finales de la época victoriana en decentes en el salón de recepciones o ramerías en el burdel (Meggs, 2000, p.186). “Al representar la variedad mundano-parisiense creó, por así decirlo, la Pin-Up-Girl de la Belle Époque. Con una manera casi rococó y unos colores impresionistas J. Chéret creó graciosas figuras femeninas dotadas de una amable irradiación, que entusiasmaron a París” (Fahr-Becker, 1996, p. 91). Estas mujeres fueron características de su obra, aparecieron en sus carteles y se dejaron ver por las calles de la ciudad a plena luz del día, a los ojos de niños, jóvenes y adultos. “En muchas culturas, el infierno y el diablo (y a menudo lo femenino) están relegados a las profundidades, a las regiones inferiores. Lo telúrico se contempla con recelo y temor, como algo opuesto a lo celestial” (Martin, 2011, p.430).



Figura 8. Mujeres de la Belle Époque, 1895 y 1899. Fuente: Carol Belanger Grafton, 1998.

La mujer, como símbolo, ha sido vista como “receptora, portadora, animadora, protectora y sustentadora de la vida. En el arte, las mujeres personifican la mayoría de los vicios y las virtudes” (Tresidder, 2008, p.165). Por ejemplo, Eva es el símbolo de la vida, de la Natura naturans o madre de todas las cosas, pero en su aspecto formal y material. Desde el punto de vista del espíritu, es la inversión de la Virgen María, madre

de las almas (Cirlot, 1992, 201). Si Tiepolo pintaba la imagen de la Virgen María, Chéret hacía lo propio ilustrando la figura de una Eva en sus carteles, plena de una carnalidad extática, estando eternamente intacta, como una fuente de gracia interna que se renueva constantemente. Espíritu y materia, de lo sublime a lo salvaje, unidos en su ser como un alma viva, guiándonos con su imagen a un territorio más íntimo del eros y el deseo (Martin, 2011, p.474).

◆ Conclusiones

La relación entre el trabajo de ambos autores se da principalmente a través de la dicotomía divino-mundano, en donde el concepto de elevación o ascenso juega un papel fundamental separando el plano terrestre del celeste. Chéret explota el simbolismo de lo divino usado por Tiepolo haciendo una transmutación a lo mundano, trasladando la liviandad de la imagen de la mujer que se dedica a los espectáculos nocturnos a la imagen de una fémina virginal que se eleva por los aires.

Sin duda, la mujer como arquetipo tiene un papel fundamental y se representa como elemento principal en los carteles de Chéret, convertida en objeto publicitario para promover eventos y productos, en una época en la que proliferaban los carteles en las calles de París y luchaban por llamar la atención. La mujer era una especie de Eva que encarnaba el vicio y la virtud a la vez, que era capaz de ser lo que Kathleen Martin llamaba “la prostituta sagrada”, aquella figura vital del culto religioso que sirve a un aspecto de la gran diosa del amor y lo encarna (2011, p. 474), para ser guiados por su imagen a un territorio más íntimo del amor y el erotismo.

Las principales características estilísticas de la obra de Chéret que se relacionan con Tiepolo radican en el uso de imágenes estilizadas y alargadas, en una posición que sugiere elevación; en el manejo de conjuntos de personas que ascienden y en el código cromático de colores tenues y brillantes. La perspectiva aérea y el tratamiento de la luz son características que también retoma Chéret de la obra pictórica de Tiepolo, así como el uso de los fondos degradados, difuminados y difusos que se asemejan a las nubes pintadas por Tiepolo, como un elemento de relación fluido y volátil entre lo terrestre y lo celeste.

El análisis realizado es importante debido a que en el diseño gráfico se aborda el tema de manera superficial dentro la historia del diseño y del propio cartel; se señala la relación entre los autores, sin embargo, no se ahonda en la parte del simbolismo que guarda lo divino-mundano en la representación de las Chérettes. El tema no se agota, existen otras influencias pictóricas en la obra de Jules Chéret como es el caso de Jean-Honoré Fragonard y Antoine Watteau. Aunque estas influencias no fueron abordadas en este escrito, son líneas de investigación que quedan abiertas a su estudio. ●

Referencias

- Barnicoat, J. (1995). *Los carteles, su historia y su lenguaje*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Belanger, C. (1998). *Shoes, Hats and Fashion Accessories. A Pictorial Archive 1850-1940*. New York: Dover Publications.
- Beristáin, H. (2003). *Diccionario de retórica y poética*. México: Porrúa.
- Cirlot, J. (1992). *Diccionario de símbolos*. Barcelona: Editorial Labor, S.A.
- Fahr-Becker, G. (1996). *El Modernismo*. Italia: Könemann.
- Gispert, C., Nicola, U., Biosca, A. y Barberi, M. (2009). *Atlas universal de filosofía: Manual didáctico de autores, textos, escuelas y conceptos filosóficos*. Barcelona: Editorial Océano.
- Lozano, J. (1976). *Historia del arte*. México: CECSA.
- Martin, K. (2011). *El libro de los símbolos, reflexiones sobre las imágenes arquetípicas*. Colonia: Taschen.
- Meggs, P. (2000). *Historia del Diseño Gráfico*. México: McGraw-Hill.
- Müller-Brockmann, J. y Müller-Brockmann S. (2004). *History of the poster*. New York: Phaidon.
- Museo de Arte de Nueva York (MoMa). (Diciembre 23, 2009–julio 25, 2010). Gallery Label from Shaping Modernity: Design 1880-1980. <https://www.moma.org/collection/works/5615>
- Pancorbo, A. (23 junio de 2013). *El Olimpo, o Triunfo de Venus, de Giambattista Tiepolo*. [Conferencia videograbada] Museo Nacional del Prado. <https://www.museodelprado.es/actualidad/multimedia/conferencia-el-olimpico-triunfo-de-venus-de/5a485bac-c3c5-45dc-b2c1-291bbe064d79>
- Panofsky, E. (1979). *El significado en las artes visuales*. Madrid: Alianza Forma.
- Satué, E. (1999). *El diseño gráfico desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid: Alianza.
- The Morgan Library & Museum (s.f.) Giovanni Battista Tiepolo. *Two Female Figures (Flying Angels?)*. <https://www.themorgan.org/drawings/item/253751>
- Tresidder, J. (2008). *Diccionario de los Símbolos*. México: Grupo Editorial Tomo.
- Whistler, C. (s.f.). *Tiepolo, Giambattista*. Museo del Prado. <https://www.museodelprado.es/aprende/enciclopedia/voz/tiepolo-giambattista/17d5bc8a-8de6-4cda-8ccb-dc4be64da7da>

 **Sobre la autora** *Eréndida Cristina Mancilla González*

Licenciada en Diseño Gráfico por la Facultad del Hábitat. Maestra en Diseño Gráfico por el Instituto de Investigación y Posgrado de la Facultad del Hábitat. Doctora en Arquitectura, Diseño y Urbanismo en el programa DADU de la UAEM. Profesora investigadora con perfil deseable en la licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP) y del Instituto de Investigación y Posgrado de la Facultad del Hábitat (IIP) en el programa de la Maestría en Ciencias del Hábitat–Diseño Gráfico. Coordinadora de la Maestría en Ciencias del Hábitat (2018-2020) y líder del Cuerpo Académico Vanguardias del Diseño (CAVD).

Ha publicado diversos artículos en revistas y ha participado en libros colectivos con temas teóricos y filosóficos referidos al diseño. Además, ha sido ponente en eventos y congresos nacionales e internacionales. En lo que respecta al diseño de cartel, ha participado en diferentes exposiciones individuales y colectivas, con temas sociales y culturales; su trabajo ha sido expuesto en México, Cuba, Bolivia, Argentina, España, Irlanda, Alemania, Indonesia, Corea, Polonia, Rusia e Irán, entre otros países.

Identificación del color con base en la nomenclatura del modelo HSB, entre profesionales del diseño en Tijuana

Color identification based on the HSB model nomenclature, among design professionals in Tijuana

Gloria Azucena Torres de León
torres.gloria@uabc.edu.mx
Universidad Autónoma
de Baja California
Tijuana, Baja California, México.
ORCID: 0000-0002-9983-2581

Hildelisa Karina Landeros Lorenzana
klandereros@uabc.edu.mx
Universidad Autónoma
de Baja California
Tijuana, Baja California, México.
ORCID: 0000-0002-6462-7481

Mc Teresa Pérez Llerenas
teresa.perez@uabc.edu.mx
Universidad Autónoma
de Baja California
Tijuana, Baja California, México.
ORCID: 0000-0001-5499-0431

Recibido: 26 de Agosto de 2020
Aprobado: 18 de noviembre de 2020
Publicado: 01 de enero de 2021

Resumen

Este artículo tiene como objetivo identificar la habilidad para relacionar la nomenclatura del modelo HSB con el color como parte del proceso de percepción, entre los profesionales ocupados en las áreas del diseño y la arquitectura en la ciudad de Tijuana. Se trata de una investigación descriptiva en la que se utilizó el método cuantitativo según Hernández, Fernández y Baptista (2010). Los resultados arrojan que en la muestra analizada, los hombres relacionan correctamente los nombres del modelo HSB con los colores utilizados en el presente estudio, con una frecuencia más alta que las mujeres.

Palabras clave: Modelo HSB, identificación del color, profesionales del diseño, Tijuana.

Abstract

This article aims to identify the ability to relate the HSB model nomenclature with color as part of the perception process, among professionals engaged in the areas of design and architecture in the city of Tijuana. This is a descriptive research in which the quantitative method was used according to Hernández, Fernández and Baptista (2010). The results show that in the analyzed sample, men correctly relate the names of the HSB model with the colors used in the present study, with a higher frequency than women.

Keywords: HSB model, color identification, design professionals, Tijuana.

◆ El proceso de percepción

La percepción cotidiana del entorno implica una gran cantidad de procesos complejos que pueden englobarse en el llamado proceso perceptual. Goldstein (2011, p.5), lo define como “una secuencia de procesos que trabajan juntos, para determinar el modo en que experimentamos los estímulos ambientales y cómo reaccionamos ante ellos”.

Goldstein plantea que este proceso consta de siete etapas divididas en tres fases. En la fase inicial del estímulo perceptivo se encuentran el estímulo distal y el estímulo proximal, en él se visualiza por primera vez la imagen, captada a través del iris hasta llegar a la retina. El tono se visualiza con el estímulo distal, mediante el cual se reconocen también las primeras características de los objetos a lo lejos. Con el estímulo proximal se distinguen con mayor cuidado los detalles. En la fase intermedia del proceso perceptivo ocurren la transducción y el pensamiento neuronal; en esta parte del proceso, la imagen que ha entrado por la retina se convierte en señales eléctricas que llegan al cerebro y éstas son las que juegan el papel más importante de la fase, pues esos datos recibidos inicialmente ahora son tratados para permitir hacer determinaciones. En la fase final del proceso perceptivo se encuentran el reconocimiento y la acción, consisten en que una vez que se ha analizado la imagen se pueden hacer determinaciones; en esta fase se pueden nombrar formas, colores, entre otras cualidades. Estas fases en conjunto se pueden visualizar como un ciclo, ya que se encuentran en constante cambio y movimiento y depende entre otros factores de la etapa de vida de cada individuo o de los estímulos externos a los que está expuesto.

La función del ojo humano en la percepción del color

El globo ocular está cubierto por una capa llamada esclerótica, ubicada en la porción central de la parte anterior del ojo (córnea) para dejar pasar la luz. En el interior se encuentra la coroides, que contiene vasos capilares que nutren las estructuras del ojo, y que permite modular el paso de la luz al abrirse y cerrarse según la recepción de la luz. En el centro del globo ocular se encuentra el iris, un diafragma pigmentado y circular que posee una abertura central y cuya función es controlar la cantidad de luz que penetra en el ojo. Bajo la coroides se encuentra la retina, cuya función sustancial es asimilar la energía electromagnética para posteriormente enviarla al cerebro. La retina y la coroides (Figura 1) trabajan de manera conjunta.

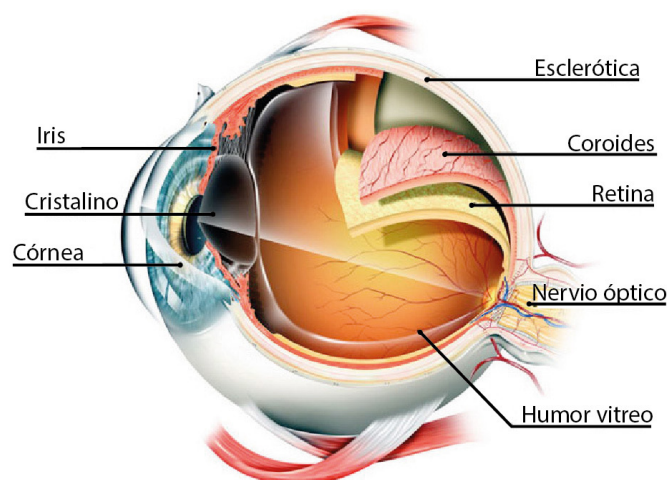


Figura 1. Principales estructuras del ojo humano. Fuente: Elaboración propia basada en Sekuler y Blake (1994)

La retina en la visualización del color

La retina recubre casi toda la parte interna y trasera del globo ocular. Su función es asimilar fotones y codificar electroquímicamente la energía electromagnética recibida para enviarla al cerebro. Posterior a la retina se encuentra la coroides, que proporciona las enzimas para la síntesis de los pigmentos fotosensibles. La imagen exterior se proyecta invertida sobre la retina. Ésta se junta a la coroides que alimenta a los receptores permitiendo la síntesis de fotorreceptores. La retina está estructurada en tres capas, la primera y más importante para este estudio son los fotorreceptores.

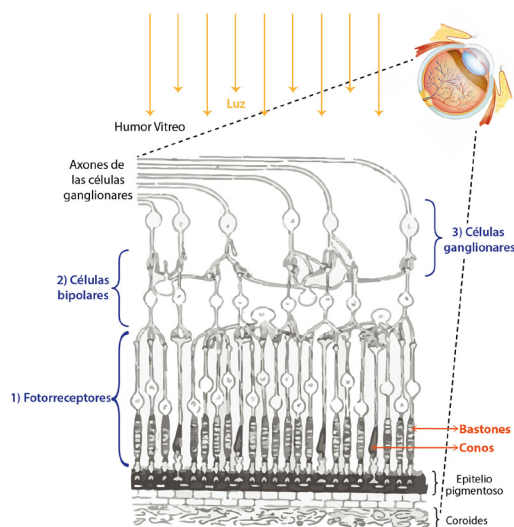


Figura 2. Organización anatómica de la retina- Principales partes de la retina Elaboración propia basada en Sekuler y Blake (1994)

En la retina existen dos tipos de fotorreceptores: los conos y los bastones. Los bastones son más grandes y abundantes, aproximadamente 20 contra uno y su ubicación sobre la retina no es uniforme (ver Figura 2). Los conos son más pequeños y oscuros que los bastones, son muy frecuentes en el centro de la retina y muy escasos en el resto, contrario a los bastones; por ello, al enfocar directamente un objeto es posible tener mejor visualización del color. Los conos cuentan con tres tipos de recepción del color, que se han determinado con base en tres tipos de respuesta según su densidad, conos rojos (64%), conos verdes (32%) y conos azules (2%).

La percepción biológica del color

Saucier, Elias & Nysten (2002) exponen que las investigaciones sobre las habilidades relacionadas con la percepción de colores han revelado que las mujeres nombran los colores con mayor velocidad que los hombres, y que esto se debe a una superioridad general en las tareas orientadas a la velocidad para nombrar. Por su parte, Berns (2000) explica que cerca del 8% de la población masculina posee una deficiencia de color y solo el 0.5% de las mujeres la presentan. En este sentido, en entrevista para el periódico Crónica en 2008, el Dr. Adolfo Francisco Monroy Montoya, jefe del Servicio de Retina del Hospital de Oftalmología del Centro Médico Nacional Siglo XXI de la Ciudad de México, explica que cerca del 4% de los hombres padece algún tipo de discromatopsia, especialmente con una deficiencia verde-rojo, mientras que solamente el 0.4% de la población femenina la presenta.

Por su parte Correa, Estupiñán, García, Jiménez, Prada, Rojas y Cristancho (2007, p.12) en su estudio sobre la percepción visual del rango de color concluyen que las diferencias en la percepción se encuentran relacionadas con la edad de los participantes, pues los participantes jóvenes son afectados por los cambios hormonales y los adultos mayores, por el deterioro de sus ojos. Además, advierten que sería conveniente tomar en consideración las profesiones a las que se dedican los adultos participantes del experimento, ya que su formación académica podría ser decisiva en la selección del color, pues un diseñador puede tener una percepción distinta a un ingeniero.

◆ La profesión del diseño

La carrera de diseño hoy en día debe pensarse como una profesión holística, con una formación integral. Reyes y Pedroza (2018, p.15) la describen de la siguiente forma:

El diseñador es un sujeto creativo, propositivo siempre de nuevos modos de ser, hacer, y también de pensar, jamás mecánico, jamás el mismo. Como sujeto, formado profesionalmente siempre proyecta su propio background, se proyecta a sí mismo. Sus intereses, sus capacidades creativas, pero también su propia personalidad. Es también un ser humano, propulsor de la cultura humanista pero transita también

al transhumanista, capaz de crear realidades y experiencias que conlleven a una cultura divergente, novedosa, en renovación constante. Hoy, los diseñadores como desde su aparición en el mundo de las profesiones deben continuar reinventándose. El diseñador debe deconstruirse, construirse y reconstruirse al mismo ritmo que lo hace la ciencia, la tecnología y el desarrollo humano.

Por su parte, Rodríguez, Trejo y Hernández (2020, p.110) describen la disciplina como sigue: “Uno de los objetivos de esta disciplina es el desarrollo de una comunicación gráfica responsable y efectiva. Otro es, facilitar este hecho empleando un lenguaje gráfico multicultural.” Entonces, se puede decir que los diseñadores, al tener una formación completa y multicultural, pueden idear echando mano de un bagaje pertinente para ello. Así pues, se concibe que por su propia formación, tiene conocimiento sobre cada elemento que forma parte la disciplina, cómo se nombra, cómo se percibe y cómo se usa cada uno.

Ahora bien, la formación del diseñador de Tijuana se ve influenciada por una mezcla de culturas de dos países en constante movimiento. Sobre ello, Salinas (2015, p. 31) refiere que: “Las decisiones de cada diseñador tijuanaense provienen de su cultura fronteriza, con sus influencias americana y mexicana y, por lo tanto, cada uno de sus productos no podría haber sido diferente a esa mezcla.” En este sentido, el diseñador tijuanaense debería tener también manera particular de en nombrar, describir o usar los elementos comunicativos que utiliza en sus composiciones.

Por otra parte, el color es un elemento del diseño que se relaciona con distintas industrias. Hsieh, Sun, Lee, Wen, Lee & Chen (2018) describen una experiencia llevada a cabo en Taiwán relativa al establecimiento de un programa sistemático para la enseñanza y capacitación del color con un proceso de certificación estandarizado para reconocer el dominio del color. Este programa fue liderado por la Colour Association, el Technology Research Institute y Colour Industry in Taiwan, quienes han diseñado Occupational Competency Standards (OCSs). La certificación de la Associate Level of Color ha hecho un llamado a más de 1000 participantes para inscribirse y se cree que este proyecto elevará la educación profesional sobre el color acelerando el desarrollo industrial del color. Dicha certificación sería la primera en el mundo y podría ser un modelo a reproducir adaptándolo a las necesidades de cada país.

Metodología

De acuerdo con el propósito de este estudio, que es identificar la capacidad para nombrar los colores en el modelo HSB que tienen los profesionales empleados y ocupados en las áreas del diseño y la arquitectura en la ciudad de Tijuana, se ha elegido llevar a cabo una investigación descriptiva con el método cuantitativo según Hernández, Fernández y Baptista (2010).

Como una herramienta de la investigación, proceso fundamental en este estudio estadístico, se realizó la determinación de la muestra representativa de la población objeto de estudio o tamaño de la muestra, es decir, la versión simplificada de la población dedicada al desempeño de trabajos relacionados al diseño en esta ciudad, con el fin de obtener sus rasgos básicos, además de resultados confiables del estudio que puedan ser aplicables.

La muestra

Con el fin de examinar las inferencias del universo específico de la ciudad de Tijuana, México, del sector dedicado a trabajos relacionados con el diseño, se definió la muestra representativa y como parte del procedimiento, también se consideró el error de muestreo.

El porcentaje o nivel de confianza que se aplicó es de 95% de la totalidad de los casos, la población o universo se consideró a conveniencia con base en el Catálogo de Codificación de Carreras, el cual clasifica en el capítulo 4, en la sección 4.2 Catálogo Abreviado, al grupo 31 que cuantifica los profesionistas que desempeñan trabajos relacionados con arquitectura, urbanismo, diseño industrial, de interiores, textil y gráfico (INEGI, 2005). De los resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo del primer trimestre de 2019, se asocian 5,127 actores dedicados a actividades relacionadas a las profesiones del grupo 31 (INEGI, 2019). La muestra para la aplicación de encuestas se determinó por el modelo de cálculo de William G. Cochran:

$$n = (Z^2 p * q N) / (E^2 (N - 1) + Z^2 p * q)$$

$$n = (Z^2 p * q N) / (E^2 (N - 1) + Z^2 p * q)$$

$$n = (Z^2 p * q N) / (E^2 (N - 1) + Z^2 p * q)$$

(Hernández et al., 2010)

Aplicando el 6% de error considerado dentro del parámetro permisible, se obtuvo que la muestra está representada por 267 actores del grupo 31, los cuales fueron convocados por medio de invitaciones en distintas asociaciones, redes sociales o correo electrónico.

Como lo muestran las Figuras 3 y 4, el grupo se encuentra compuesto mayormente por mujeres. En los dos grupos, la dispersión de las edades es muy similar.

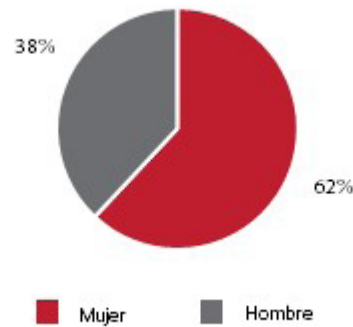


Figura 3. Porcentaje de hombres y mujeres participantes Fuente: Elaboración propia

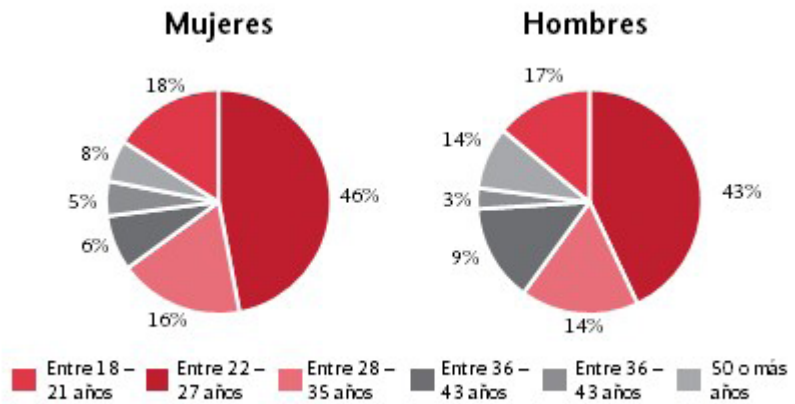


Figura 4. Edades de los participantes de acuerdo al sexo. Fuente: Elaboración propia

La Figura 5 indica que el grupo de las mujeres se dedica en su mayoría al diseño gráfico, mientras que el de los hombres está mayormente compuesto por arquitectos. Los dos grupos tienen mínima representatividad en el diseño industrial.

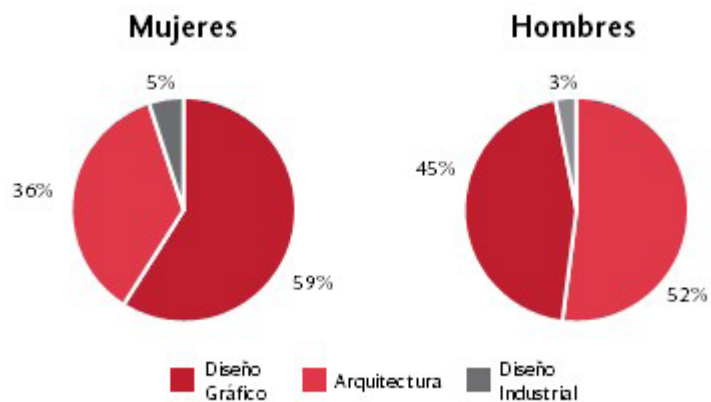


Figura 5. Profesión a la que se dedican los participantes. Fuente: Elaboración propia

Como lo indica la Figura 6, en los dos grupos la dispersión del tiempo de ejercicio de la profesión es muy similar.

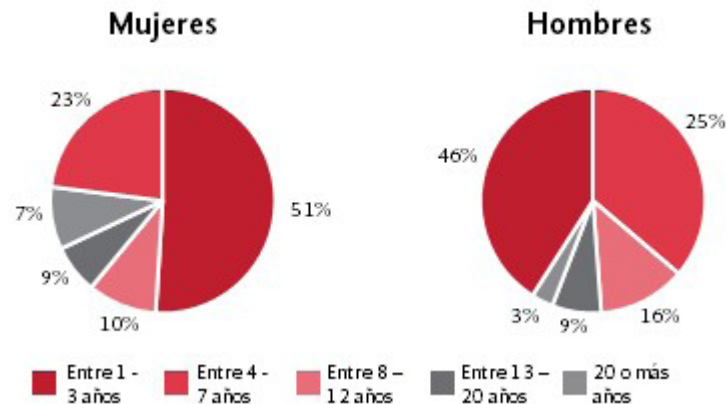


Figura 6. Tiempo de ejercicio de la profesión según el sexo
Fuente: Elaboración propia

Aplicación del instrumento

La aplicación se llevó a cabo vía electrónica y de manera asíncrona por medio de Google forms, herramienta que ofrece de manera gratuita G Suite, empleada para realizar encuestas y procesar información estadística sobre la opinión de un grupo de personas. Para iniciar la prueba, se les pidió a los participantes que se colocaran frente a la computadora o dispositivo móvil en su lugar de trabajo habitual, en el que realizan la mayor parte de las actividades relacionadas con su profesión y ubicar la pantalla a 30 centímetros de distancia de su vista, aproximadamente.

En la primera sección, se solicitó a los participantes que leyeran un aviso de privacidad con la finalidad de que decidieran participar o no en el ejercicio investigativo. Una vez aceptada la opción de consentimiento, se procedía al acceso al formulario en las secciones complementarias de la encuesta. Si la respuesta a la solicitud de consentimiento era no, se procedía a concluir la encuesta. Cabe mencionar que 100% de los encuestados en la sección uno, respondió que aceptaba participar. En la siguiente sección, la encuesta se estructuró con reactivos de información general, edad, sexo y el tiempo que han ejercido la profesión. Posteriormente, se desplegaban los reactivos relacionados con la nomenclatura del color. Para esta sección, el tiempo promedio en el llenado de respuestas se prolongó de 6 a 8 minutos aproximadamente. Las instrucciones de llenado para cada reactivo fueron presentadas sobre un fondo blanco con tipografía negra, fuente Calibri en 22 puntos.

Instrumento

Se les presentó una imagen que contenía rectángulos con distintos tonos seleccionados cada 30 grados, respecto a la rueda del color planteada en Torres & Burgos (2019), según el modelo HSB. Las tonalidades que se usaron para este instrumento fueron intermedias y se ordenaron de la "A" a la "L", donde la A representa el color rojo, la B el anaranjado, la C el amarillo, la D el verde amarillento, la E el verde, la F el verde azulado, la G el cian, la H el azul celeste, la I el azul, la J el violeta, la K el fucsia y la L el magenta (ver Figura 7).

Instrumento. La percepción del color desde la profesión del diseño: Nomenclatura del color












"A la percepción se le ha considerado como un proceso mediante el cual un organismo recibe o extrae cierta información acerca del medio." (Forgus, R., Melamed, L. 2010)

Te pedimos de la manera más atenta contestar el cuestionario de forma honesta, sin importar el grado de conocimiento que tengas hacia el tema.

INSTRUCCIONES:

Lee cuidadosamente y responde cada pregunta.

Relaciona la letra del recuadro correspondiente al color rojo: *

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
											

A

B

C

D

E

F

G

H

I

J

K

L

Figura 7. Imagen presentada en el instrumento de recolección de datos, usada para el color rojo Fuente: Elaboración propia

Para determinar la habilidad para identificar los diferentes tonos según la nomenclatura del modelo HSB, se les pidió a los participantes relacionar la letra de la columna correspondiente a cada color. Las indicaciones y las posibles respuestas para este instrumento se muestran en la Figura 7 y el ejercicio se repite para cada color asignado de la letra A a la L ya que, según Torres & Burgos (2019, p.34) “al plantearse una investigación de tipo selección por relación la guía de modelo HSB puede ser un instrumento referente que facilite la concepción completa de opciones, permitiendo responder con una letra y un número, aunque no se conozca el nombre o no se tenga la certeza de contestar correctamente por el nombre del color”.

Resultados Los resultados presentados a continuación muestran en porcentajes las respuestas del instrumento utilizado. Se muestran los siguientes hallazgos:

Como se puede observar en la Figura 8, en relación con el rojo, se observa que el 100% de los hombres encuestados lo identificó con el tono marcado con la letra A, mientras que en las mujeres hubo una pequeña variación, ya que 2% lo relacionó con otro color. Destaca que el rojo es fácil de identificar tanto para hombres como mujeres.

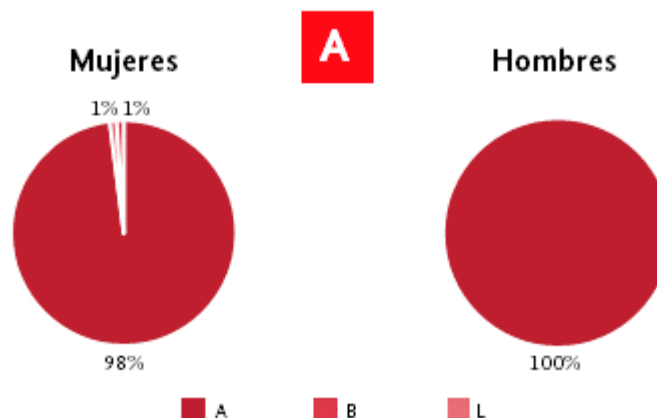


Figura 8. Respuestas a la instrucción: “Relaciona la letra del recuadro correspondiente al color rojo (A)”. Fuente: Elaboración propia

En la Figura 9, se observa que cuando se solicitó a los encuestados identificar el anaranjado, 100% de las mujeres señaló el tono B. Por otro lado, 98% de los hombres respondió de la misma manera, pero 2% de ellos lo relacionó con el tono D.

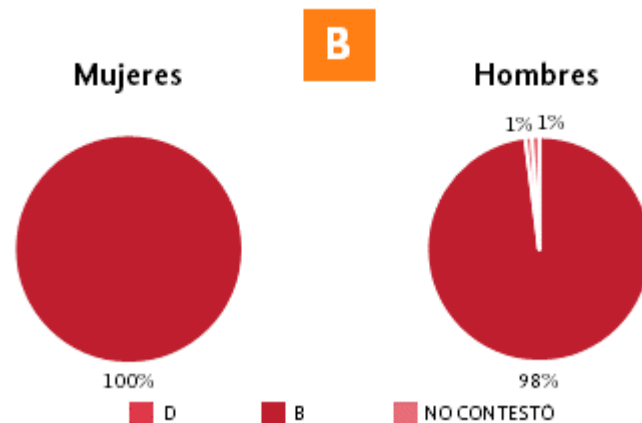


Figura 9. Respuestas a la instrucción: “Relaciona la letra del recuadro correspondiente al color anaranjado”. Fuente: Elaboración propia

Cuando se solicitó identificar el amarillo, 99% de las mujeres seleccionó el tono C y 1% no contestó. De igual manera, 99% de los hombres encuestados seleccionó la opción C, como se muestra en la Figura 10.

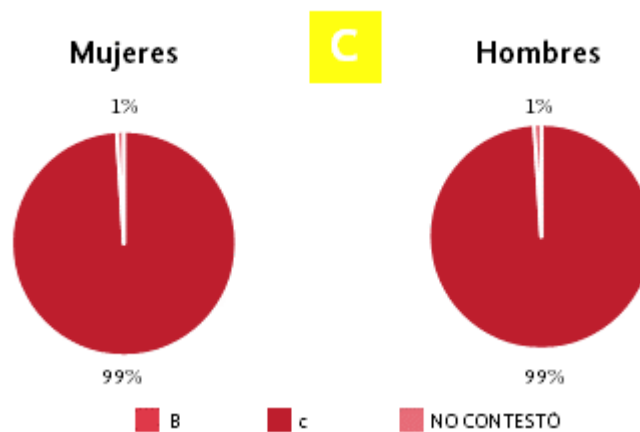


Figura 10. Respuestas a la instrucción: “Relaciona la letra del recuadro correspondiente al color amarillo” Fuente: Elaboración propia

La Figura 11 muestra que al identificar el verde amarillento, 89% de mujeres y 97% de los hombres hizo correctamente. Este tono es uno de los mejor diferenciados por hombres junto con el rojo.

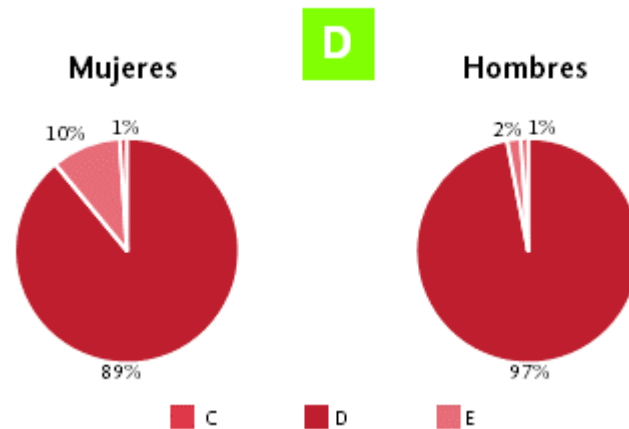


Figura 11. Respuestas de la instrucción: “Relaciona la letra del recuadro correspondiente al color verde amarillento” Fuente: Elaboración propia

Como lo muestra la Figura 12, el verde fue fácilmente identificado por hombres y mujeres, sólo 6% de las mujeres y 7% de los hombres lo asocian con tonalidades cercanas.

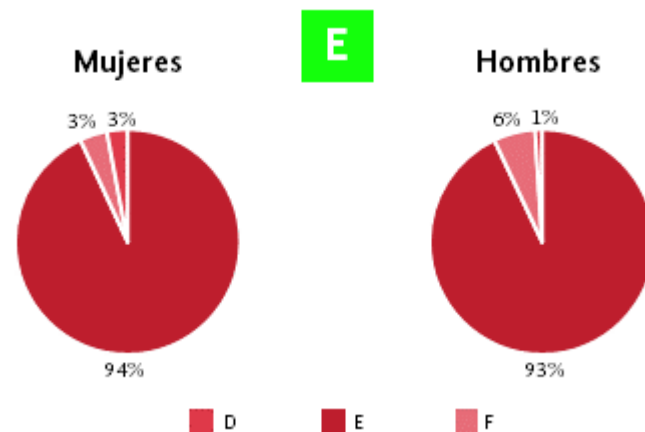


Figura 12. Respuestas de la instrucción: “Relaciona la letra del recuadro correspondiente al color verde” Fuente: Elaboración propia

Al solicitar a los encuestados que identificaran el verde azulado, 90% de las mujeres contestaron acertadamente y 87% de los hombres lograron identificarlo, como lo muestra la Figura 13.

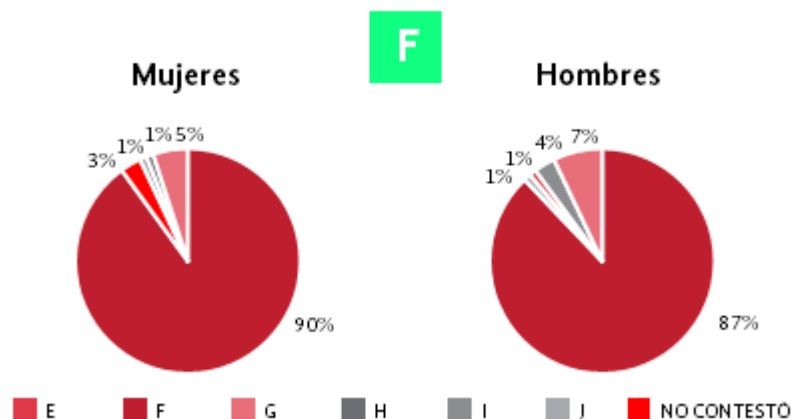


Figura 13. Respuestas a la instrucción: “Relaciona la letra del recuadro correspondiente al color verde azulado”
Fuente: Elaboración propia

En la Figura 14, se puede observar que al solicitar a los encuestados la identificación del cian, surgió una gran diversidad de respuestas, ya que relacionaron el color cian con 6 diferentes tonos. De las mujeres, 77% respondió correctamente. Destaca que 12% de ellas lo relacionó con el tono H, que corresponde al azul cielo. Por otra parte, 76% de los hombres encuestados identificó el tono cian y 14% lo relacionó con el tono H, correspondiente al azul cielo.

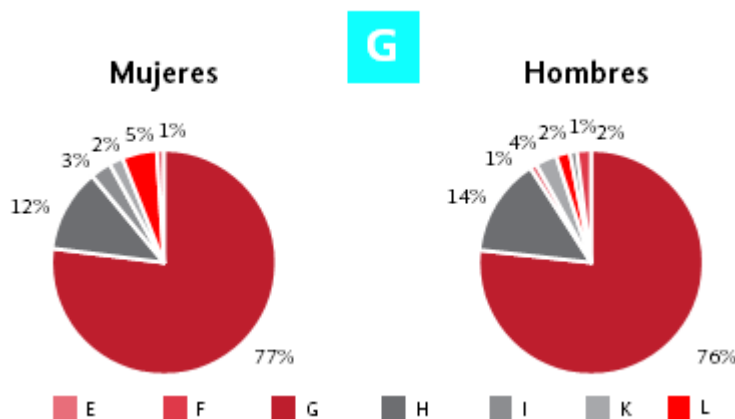


Figura 14. Respuestas a la instrucción: “Relaciona la letra del recuadro correspondiente al color cian” Fuente: Elaboración propia

Cuando se les pidió a los encuestados identificar el azul cielo, se pudo observar que hubo un número menor de aciertos, ya que sólo 62 % de las mujeres y 64% de los hombres respondieron correctamente. Además, 31% de las mujeres lo relacionó con el cian, al igual que 35% de los hombres, como se muestra en la Figura 15.

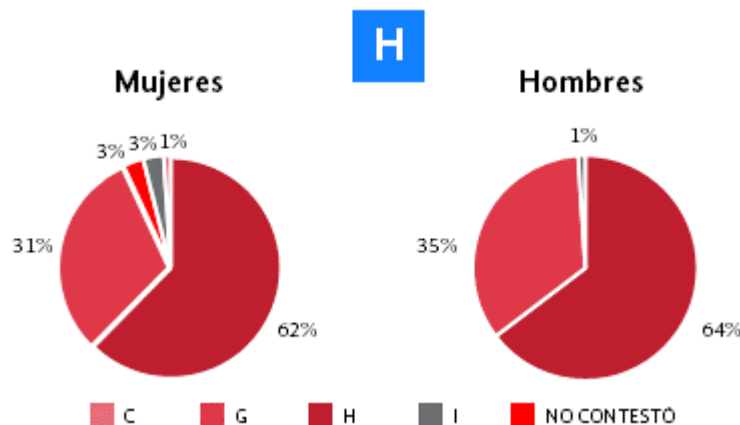


Figura 15. Respuestas de la instrucción: “Relaciona la letra del recuadro correspondiente al color azul cielo” Fuente: Elaboración propia

La Figura 16 muestra que el tono azul fue identificado correctamente por 82 % de los hombres y por 76% de las mujeres.

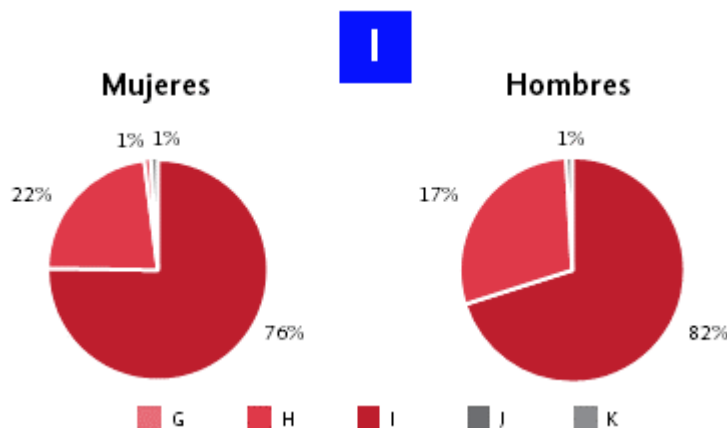


Figura 16. Respuestas a la instrucción: “Relaciona la letra del recuadro correspondiente al color azul” Fuente: Elaboración propia

En la Figura 17 se muestra que el color violeta fue identificado correctamente por 92% de las mujeres, mientras que 81% de los hombres respondió correctamente. Cabe destacar que 6% de las mujeres y 16% de los hombres lo confundieron con el fucsia. Este es uno de los tonos con mayor diferencia en la identificación del nombre entre hombres y mujeres.

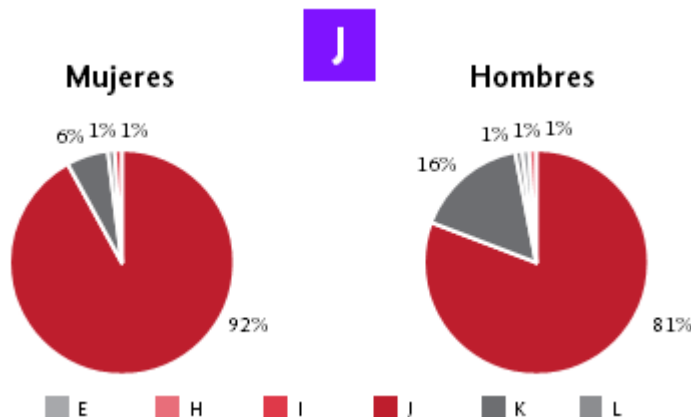


Figura 17. Respuestas de la instrucción: “Relaciona la letra del recuadro correspondiente al color violeta” Fuente: Elaboración propia

Según se observa en la Figura 18, en relación con el fucsia, identificado con la letra K, se presentaron diversas respuestas. Entre las mujeres encuestadas, 41% lo identificó correctamente, mientras que 57% de ellas relacionó el color con el nombre magenta. Entre los hombres encuestados, 87% lo identificó correctamente y 9% lo relacionó con el nombre violeta.

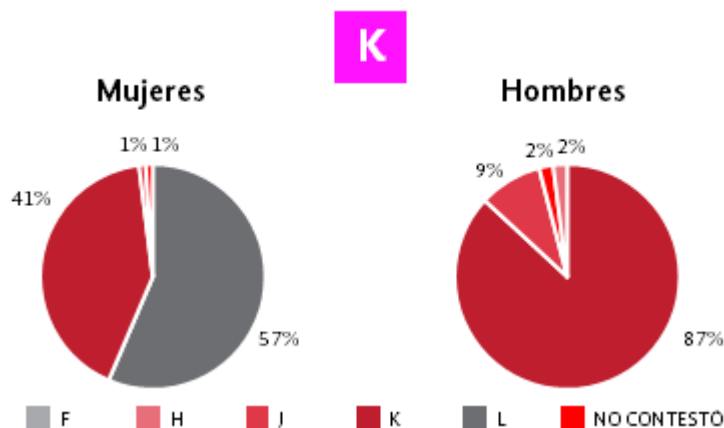


Figura 18. Respuestas a la instrucción: “Relaciona la letra del recuadro correspondiente al color fucsia” Fuente: Elaboración propia

La Figura 19 muestra las respuestas relativas al magenta. Entre las mujeres, 62% identificó correctamente el tono marcado con la letra L, mientras que 55% de los hombres respondió correctamente. Este es el tono con mayor porcentaje de error en su identificación con base en la nomenclatura del modelo HSB, tanto por parte de hombres como de mujeres. Por otra parte, 35% de las mujeres y 36% de los hombres lo relacionó con la letra K, que corresponde al fucsia. Es el porcentaje más alto de identificación con un nombre incorrecto.

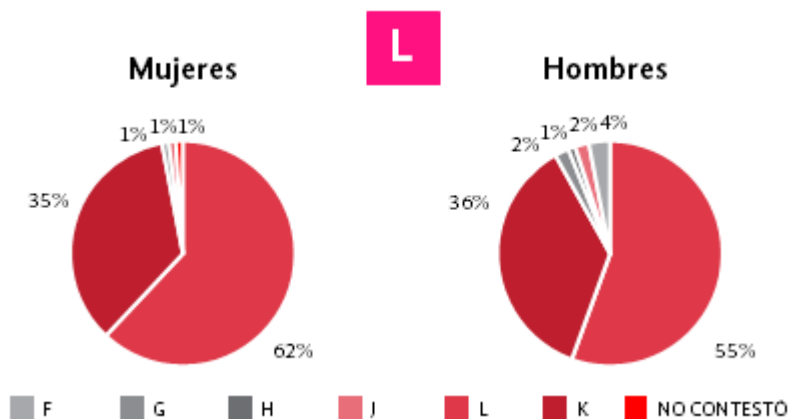


Figura 19. Respuestas de la instrucción: “Relaciona la letra del recuadro correspondiente al color magenta” Fuente: Elaboración propia

Al vincular los nombres del modelo HSB con los tonos presentados en el cuestionario, los hombres presentaron un porcentaje más alto que las mujeres de respuestas correctas en los siguientes casos: rojo, verde amarillento, azul cielo (cabe señalar que las mujeres presentaron mayor diversidad en sus respuestas) azul y fucsia, aunque también fueron los hombres quienes presentaron mayor diversidad en sus respuestas.

Las mujeres presentaron un porcentaje más alto que los hombres de respuestas correctas al vincular los nombres del modelo HSB con los tonos presentados en el cuestionario en los siguientes casos: anaranjado, verde, verde azulado, cian y violeta (cabe señalar que en los dos últimos casos, se encontró mayor diversidad de respuestas entre los hombres). Por otra parte, el porcentaje de respuestas correctas para el amarillo fue idéntico entre mujeres y hombres, mientras que respecto al magenta, los hombres presentaron un porcentaje ligeramente mayor de identificación correcta entre tono y nombre aunque también mayor diversidad de respuestas; sin embargo, fue el color con porcentaje más alto de error en su identificación para ambos sexos.

Discusión

Al analizar la muestra se puede notar que 38% de la muestra lo constituyen hombres pues la representación en la profesión se encuentra mayormente formada por mujeres. Al separar los grupos, se encontró que el grupo de las mujeres estaba mayormente representado por la profesión de diseño gráfico, mientras que el de los hombres, por arquitectos. Respecto a las edades, ambos grupos se encuentran representados mayormente por personas de entre 18 a 27 años. En cuanto al tiempo que han ejercido la profesión, ambos grupos están compuestos de forma muy similar.

Los resultados muestran que de los 12 colores analizados en la prueba, seis colores tuvieron un porcentaje mayor de identificación correcta con el nombre por los hombres; cinco colores presentaron un porcentaje más alto de identificación correcta con su nombre por las mujeres y en un caso el porcentaje de respuestas correctas fue idéntico entre hombres y mujeres. Otro hallazgo interesante fue que en la primera mitad de la rueda de color según el modelo HSB planteada en Torres y Burgos (2019), hubo menor porcentaje de error al nombrar el color y fue en esta mitad en la que las mujeres tuvieron más aciertos; mientras que en la segunda mitad, hubo una notoria disparidad en el nombramiento de los colores y fue en esta parte en la que los hombres tuvieron más aciertos.

En este sentido y para contrastar los resultados, Berns (2000) señala que 8% de la población masculina posee una deficiencia en la percepción de color y solo el 0.5% de las mujeres la presentan. Sin embargo, los hallazgos del estudio contrastan y dejan ver que los hombres dedicados a la profesión del diseño relacionan correctamente los colores con los nombres del modelo HSB en un porcentaje mayor que las mujeres

encuestadas. Por su parte, Saucier *et al.* (2002) aseveran que las mujeres son más rápidas que los hombres para nombrar los colores, gracias a una mayor facilidad en el acceso y recuperación de los nombres correctos para los colores y las formas, por lo que sería conveniente controlar el tiempo durante la observación del color en futuras pruebas.

Para minimizar la varianza en la muestra y determinar con mayor precisión las diferencias entre sexos, se recomienda para futuras investigaciones realizar el estudio en las mismas condiciones de iluminación y pantallas, además de registrar si el participante utiliza o no algún tipo de aparato de corrección óptica. Las autoras reconocen que la ausencia de control de estas variables constituye una deficiencia en el estudio.

Finalmente, es importante considerar que esta investigación se enfoca en la última fase del proceso de percepción, en el cual se realiza la recuperación de los nombres, Su valor consiste en la aportación de datos que muestran que los hombres profesionales del diseño y la arquitectura en Tijuana, relacionan correctamente los colores con sus nombres correspondientes al modelo HSB en un porcentaje mayor que las mujeres.

En general, ello abre la puerta para considerar la relevancia de una formación explícita en el tema para estandarizar su dominio, valorando todas las aplicaciones industriales que involucran la experiencia visual del color, desde la impresión, iluminación o teñido y pensar en este sentido, que los proveedores o facilitadores de insumos tengan también un conocimiento suficiente del tema para comunicarse con el mismo argot. 🍷

🍷 Referencias

- Berns, R. (2000). *Billmeyer and Saltzman's principles of color technology*. E.U.A.: Wiley.
- Correa, V., Estupiñán, L., Garcia, Z., Jiménez, O., Prada, L., Rojas, A., Rojas, S. y Cristancho, E. (2007). Percepción visual del rango de color: diferencias entre género y edad. *Revista Med* 15 (1), 7-14. <https://www.redalyc.org/pdf/910/91015102.pdf>
- Goldstein, B. (2011). *Sensación y Percepción*. México: Ed. Thompson.
- Hsieh, T., Sun, P., Lee, Wen, Lee, T. & Chen, W. (2018). Towards establishing an educating and certification system for colour specialty: The experience of Taiwan. *Journal of the International Colour Association*, (22), 41-51, https://aic-color.org/resources/Documents/jaic_v22_05.pdf
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- INEGI. (2005). *Catálogo de Codificación de Carreras*. ENOE Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, 57 y 58.

- INEGI. (2019). *Empleo y ocupación*. <https://www.inegi.org.mx/temas>
- Redacción. (2008). Al menos 2 millones de hombres padecen daltonismo en México: IMSS. *Crónica*. <https://www.cronica.com.mx/notas/2008/351281.html>
- Reyes, A. y Pedroza, R. (2018). *La Profesión del Diseño: Expresiones y experiencias*. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Rodríguez, S., Trejo, C., y Hernández, E. (2020). Análisis prospectivo del diseño gráfico en México. *Zincografía*, 4(8), 109-120. <http://www.zincografia.cuaad.udg.mx/index.php/ZC/article/view/78>
- Salinas, I. (2015). *La profesión del diseño gráfico en Tijuana*. México: Universidad Autónoma de Baja California.
- Saucier D., Elias L. y Nylen K. (2002). Are colours special? An explanation of the female advantage for seeded color naming. *Personality and Individual Differences*, (2) 27-35.
- Sekuler, R. & Blake, R. (1994). *Perception*. New York: McGraw Hill.
- Torres, G. & Burgos, M. (2019). El Modelo HSB y sus propiedades para selección de tonalidades cromáticas en pantalla. *Tecnología & diseño*, 8(11), 23-35, <http://revistatd.azc.uam.mx/index.php/rtd>

◆ Sobre las autoras Gloria Azucena Torres de León

Nació en la ciudad de Monterrey, Nuevo León, el 12 de mayo de 1984. Se licenció en Diseño por el Centro de Estudios Universitarios Xochicalco (CEUX) en 2009, obtuvo el grado de maestra en Tecnologías de la Educación por la Universidad Interamericana para el Desarrollo (UNID) en 2012 y el doctorado en Diseño y Visualización de la Información por la Universidad Autónoma de Metropolitana (UAM) en 2018. Cursó con un diplomado en Competencias Básicas para la Docencia Universitaria en 2014 y otro en Competencias Docentes para la Educación a Distancia en 2016, ambos en la Universidad Autónoma de Baja California (UABC).

Cuenta con experiencia profesional en agencias de diseño y comunicación. Actualmente, es profesora de tiempo completo en la Facultad de Ciencias de la Ingeniería y Tecnología (FCITEC) de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC), es miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SIN), cuenta con perfil deseable PRODEP, pertenece al Cuerpo Académico Diseño y Comunicación y es miembro del Consejo Técnico del Centro Nacional de Evaluación para la Educación Superior, A.C. (CENEVAL) en el examen general para el egreso de la licenciatura en Diseño Gráfico EGEL-Diseño. Ha desarrollado distintos proyectos de investigación sobre los procesos de comunicación visual. Ha participado en congresos nacionales e internacionales, además, ha publicado diversos artículos de investigación y capítulos de libros.

Hildelisa Karina Landeros Lorenzana

Estudió la licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica en la Universidad de Guadalajara (1995-1999), la maestría de Mercadotecnia en CETYS Universidad (2002-2005), el Curso Básico de Desarrollo Económico CETYS y Universidad de Oklahoma (2005), así como el Diplomado en Docencia Universitaria (2009).

Ha trabajado en agencias de diseño. Ha impartido cursos en diversas universidades de Baja California. En la Universidad Autónoma de Baja California, se desempeñó como coordinadora del programa educativo de Diseño Gráfico de 2010 a 2015. Actualmente, es coordinadora del programa educativo de Diseño Industrial y profesora de tiempo completo. Cuenta con el perfil PRODEP y con el nombramiento de profesor investigador. Participó en el comité técnico de CENEVAL. Ha organizado y coordinado foros de educación y cuenta con ponencias en varios congresos nacionales e internacionales.

M^a Teresa Pérez Llerenas

Estudió la licenciatura en Arquitectura en el Instituto Tecnológico de Colima (1993-2001). Cuenta con una maestría en Desarrollo Urbano área Sistemas de Información Geográfica por la Universidad Iberoamericana (2010-2013), así como con una especialidad en Construcción Sustentable y Eficiencia Energética en el Instituto Tecnológico de la Construcción (2017-2018). Cursó el Diplomado en Docencia Universitaria en 2017. Actualmente, es profesora de tiempo completo en la Facultad de Ciencias de la Ingeniería y Tecnología de la Universidad Autónoma de Baja California y coordinadora de tronco común de Arquitectura y Diseño. Ha participado como ponente en varios congresos nacionales e internacionales y publicado diversos artículos.

Proceso de construcción de la eticidad del diseño gráfico: perspectivas éticas y épocas que definen la evolución de su ética aplicada

Construction process of the ethics of graphic design: ethical perspectives and times that define the evolution of its applied ethics

Gloria Guadalupe Vázquez Apodaca
dggloriav@gmail.com
Universidad Autónoma
de Ciudad Juárez
Ciudad Juárez, Chihuahua, México.
ORCID: 0000-0002-2304-8176

Recibido: octubre 7 de 2020
Aprobado: noviembre 11 de 2020
Publicado: enero 01 de 2021

Resumen

El artículo muestra resultados de investigación, así como la metodología implementada para explorar la ética del diseño gráfico. El objetivo fue encontrar fundamentos teóricos y deontológicos de su ética aplicada. Se realizó una investigación documental que incluyó bibliografía, códigos de ética y manifiestos publicados entre 1964 y 2020. Mediante esta exploración se define el proceso de construcción de eticidad de la disciplina; como resultado, se encontraron diferentes perspectivas éticas que los diseñadores establecieron para aportar al ethos de su profesión. Simultáneamente, a lo largo de esta exploración histórica se identificaron cinco etapas que muestran el desarrollo de la ética del diseño gráfico, lo que propició el inicio de una sexta etapa en la que existen los medios para la autorregulación. Es perceptible que existe una necesidad de construir bases teóricas sobre el tema. La primera limitante para lograrlo es la existencia de información difusa y dispersa que debe ser rescatada y acopiada. La segunda limitante es que incluso las aportaciones ya recopiladas, requieren ser analizadas a profundidad de forma crítica. No obstante, la profesión está en proceso de establecer fundamentos teóricos y metodológicos de su ética aplicada, estableciendo pautas de reflexión sobre la práctica del siglo XXI al replantearse las responsabilidades del diseñador bajo nuevos enfoques y formas de pensamiento, lo que favorece a la disciplina y al gremio.

Palabras clave: Autorregulación profesional, deontología, diseño gráfico, ética aplicada y perspectivas éticas.

Abstract

The article shows research results, as well as the methodology implemented to explore the ethics of graphic design. The objective was to find theoretical and deontological foundations for his applied ethics. A documentary investigation was carried out that included bibliography, codes of ethics and manifestos published between 1964 and 2020. Through this exploration, the process of construction of ethics of the discipline is defined; As a result, different ethical perspectives were found that the designers established to contribute to the ethos of their profession. Simultaneously, throughout this historical exploration, five stages were identified that show the development of the ethics of graphic design, which led to the beginning of a sixth stage in which the means for self-regulation exist. It is perceptible that there is a need to build theoretical bases on the subject. The first limitation to achieve this is the existence of diffuse and dispersed information that must be rescued and collected. The second limitation is that even the contributions already collected need to be critically analyzed in depth. However, the profession is in the process of establishing theoretical and methodological foundations of its applied ethics, establishing guidelines for reflection on the practice of the 21st century by rethinking the responsibilities of the designer under new approaches and ways of thinking, which favors the discipline and to the guild.

Keywords: Professional self-regulation, deontology, graphic design, applied ethics and ethical perspectives.

◆ Introducción

El siguiente artículo muestra los avances de investigación y metodología que se realizaron para explorar el tema de la ética del diseño gráfico, el estudio forma parte del estado del arte y de los antecedentes de mi investigación doctoral que aún se encuentra en proceso. El objetivo general de esta exploración fue encontrar los fundamentos teóricos y deontológicos de la ética aplicada al diseño gráfico. Al retroceder en el tiempo y encontrar algunos esbozos de lo que se ha establecido como una ética del diseño gráfico me pareció importante encontrar en la literatura tanto académica como comercial o en publicaciones de carácter informal, algunos puntos clave que han forjado un pensamiento reflexivo y ético en los diseñadores. Se examinaron diversas referencias encontradas entre los años de 1964 y el 2020. Todas se pueden clasificar bajo diferentes perspectivas: compromisos, estrategias, diálogo entre diseñadores, investigaciones, educación en diseño y crítica del diseño. Los documentos revisados son evidencia de las perspectivas éticas que existen en el campo del diseño y el proceso construcción de la eticidad de la disciplina a la cual pertenece la profesión del diseño gráfico.

Las profesiones afines a la disciplina del diseño, han definido un marco de acción ético conforme a su desarrollo como práctica y a su crecimiento como comunidad epistémica. Es decir, su red de profesionistas y especialistas han manifestado a través del tiempo, una serie de pautas que definen lo que es una práctica ética.

La *ética aplicada* al campo profesional, requiere de un acercamiento a tres ejes principales: la profesión, el profesionista y la práctica. En este sentido, la profesión es el ente primario, el campo del conocimiento, la monopolización de actividades en un cuerpo de saberes. Luego, el profesionista es quien posee el conocimiento, las habilidades, aptitudes y actitudes para ejercer y llevar a cabo prácticas que atienden una necesidad social. La práctica es entonces, la simbiosis entre la profesión y su ejecutor, es ahí donde se encuentra el comportamiento ético y la manifestación de buenas o malas prácticas.

Internamente cada profesión y cada profesionista adquiere experiencia en campo de la ética. La formación ética es un ejercicio personal

¹ "Una comunidad epistémica se define como una red de profesionales con reconocida experiencia y competencia en un campo particular." (Maldonado, 2005, p. 108)

y colectivo que ocurre de forma empírica, un fenómeno que incluye la aplicación de principios, valores, competencias y deberes éticos. Existen términos comunes en este tema: ética profesional, deontología profesional, autorregulación profesional, entre otras. Cada uno de estos conceptos centrales expresan diferentes niveles de actuación y responsabilidad para el profesionista. En el plano personal, cualquier profesionista adquiere un compromiso intrínseco con su quehacer. Es así como se pone en práctica su ética profesional, es decir, de manera individual reconoce que tiene responsabilidades y las asume mediante principios éticos que ha aprendido a lo largo de su educación y proceso de moralización. De igual forma, al pertenecer a un gremio debe tener en cuenta la deontología de su profesión, la cual es un modelo de comportamiento que intenta a manera de normas estandarizar el ejercicio ético de ese colectivo. Incluso, al paso del tiempo los mismos profesionistas aportan y elaboran instrumentos adicionales que son aplicables a la práctica, tales como: manifiestos, manuales, métodos, recomendaciones, etcétera.

En el caso de la ética del diseño, son útiles las aportaciones y experiencias provenientes del ejercicio diario, ya que la ética profesional o deontología profesional por sí solas suelen idealizar comportamientos que no son compatibles con la realidad. Es así que, considero prudente hablar de una ética aplicada en el diseño, tal como lo señala Adela Cortina (1996), una de las tareas de la ética es procurar “aplicar” lo que se ha obtenido y descubierto por medio de la fundamentación de la *filosofía moral*².

◆ Antecedentes

Es importante destacar que el diseño gráfico compartió su crecimiento y evolución con el diseño industrial durante el siglo XX, por ello, dentro de este recorrido histórico he encontrado fundamentos que provienen del diseño industrial. Ambas son profesiones que deben definir sus propios estándares de comportamiento ético, sin embargo, durante algunos años, estas dos disciplinas han compartido fundamentos *teórico-metodológicos*³ y en el ámbito de la ética no es la excepción. Por ejemplo, en México uno de los códigos de ética del diseño más reconocidos es el del Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México, S.A., (CODIGRAM), por lo tanto, comparten a la fecha un mismo código.

Como sabemos, el concepto de diseño puede incluir diversas especialidades o profesiones que no tienen la misma finalidad. Ante este problema, cuando se reflexiona sobre la ética en la práctica profesional del diseño, los límites son muy importantes. Considero que cada especialidad tiene sus especificidades, por lo tanto, los marcos de acción ético pueden variar. Si bien, se pueden compartir criterios generales, no todas

² Llamada comúnmente, ética.

³ El diseño industrial es una: “Disciplina a la que acude el diseño de la comunicación gráfica para la comprensión de materiales y procesos de producción para las posibles relaciones de objetos bidimensionales con objetos tridimensionales, con esta disciplina todavía se comparten aspectos teórico-metodológicos.” (Vilchis, 2016, p. 61)

las profesiones ejercen de la misma manera, incluso tienen diferentes mecanismos de regulación. Por otro lado, se que hablar de fronteras y convergencias entre disciplinas es común y de provecho para el crecimiento de la profesión:

El diseñador ha tenido que aprender a reflexionar sobre su práctica, como explican Buchanan y Margolin (1995): el diseñador debe trabajar de cerca con otros especialistas para aprender un lenguaje más objetivo, sin dejar de lado su caracterización como un profesionalista intuitivo, creativo y propositivo. A través del tiempo, el diseñador se ha sentido a gusto cuando ha cruzado los límites de su disciplina y ha ampliado su actividad, pero no siempre está preparado cuando otros campos explican su quehacer con otros términos, conceptos y métodos de argumentación que le resultan poco familiares. (Ariza, 2012, p. 39).

Los límites se cruzan fácilmente, pero recurrir a la ética para reflexionar la práctica del diseño es un ejercicio que permite aplicar razonamientos y fundamentos ajenos al diseño. Vilchis (2016), explica que existen relaciones interdisciplinarias y transdisciplinarias fundamentales en el diseño. Como su vinculación con la filosofía, específicamente la ética “guía el sentido personal, profesional y social que el diseño tiene en tanto forma de comunicación y transmisión de valores.” (Vilchis, 2016, p. 62).

Es así que, el proceso de construcción de la eticidad del diseño ha requerido la colaboración de diferentes tipos de pensadores y críticos. Analizar las implicaciones éticas que tiene el diseño como práctica, no sólo requieren ser entendidas por el diseñador a través de su experiencia, sino ser observadas desde fuera, ya sea por historiadores, críticos, filósofos, sociólogos, psicólogos, etcétera. Por lo tanto, es un ejercicio colaborativo.

Cabe resaltar que, en esta investigación, me he encontrado con algunas dificultades, ya que existen diversas formas de comprender y observar el fenómeno de la ética en el campo del diseño, a esto, lo denomino perspectivas éticas del diseño. Pero, el primer problema fue encontrar los límites en cuanto a una definición que especificara la vinculación entre ética y diseño. Por lo tanto, me parece importante definir la forma más adecuada de nombrar a la ética correspondiente al campo del diseño, tal como otras profesiones lo han hecho (véase Tabla 1).

Tabla 1. Enfoques de la ética en el campo profesional

Enfoques de la ética en el campo profesional	Profesiones			
	Derecho	Periodismo	Publicidad	Medicina
<p>Ética aplicada Adela Cortina (1996) Es interdisciplinar. Este tipo de ética no prescribe, orienta la acción y ofrece un marco reflexivo para la toma concreta de decisiones. Descubrimiento de principios y valores morales propios del ámbito. La ética aplicada es una acción colectiva (moralizar las instituciones u organizaciones).</p>	Ética jurídica	Ética de la comunicación o de los medios de comunicación	Ética publicitaria	Bioética
<p>Deontología Augusto Hortal (2002) “La deontología formula ante todo los deberes y obligaciones del profesional, aquello que hay que exigir de todo profesional en el desempeño de sus funciones profesionales. Lo normal es que hayan sido escritas, recogidas en un código escrito y aprobado por el colectivo (Colegio) profesional” (p. 193).</p>	Código de ética del abogado: Deontología jurídica	Código de ética del periodista: Deontología del periodismo	Código de ética del publicista	Código de ética del médico: Deontología médica
<p>Autorregulación Ramón Feenstra (2019) “La autorregulación se entiende como una disciplina donde los responsables de un ámbito concreto asumen un papel activo y directo en la búsqueda por mejorar sus prácticas. La autorregulación se implementa mediante la incorporación de una serie de instrumentos —códigos, sistemas de reclamaciones, sistemas de asesoría ética— con el fin de reducir, tal y como señala Aznar, ‘la distancia entre el mínimo regulador del derecho y el ideal ético en una esfera de actividad social, propiciando que cada uno asuma su parte correspondiente de responsabilidad’ (2005: 13).” (p. 106).</p>	Comités de ética y justicia. Asesoría y monitoreo. Auditorías internas	Autorregulación de la comunicación. Autorregulación de los medios	Autorregulación publicitaria Regulación de la publicidad Consejos de autorregulación y ética publicitaria	Comités de ética Tribunales de ética médica

Fuente: Elaboración propia (2020), primera columna basada en Cortina (1996), Hortal (2002) y Feenstra (2019)

En ese sentido, algunas profesiones tienen un avance significativo en el desarrollo de su ética aplicada, deontología y autorregulación. Estos tres aspectos tienen puntos de convergencia, pero también funciones diferentes. La ética aplicada es una propuesta que se fundamenta teóricamente a través de la práctica, para facilitar la toma de decisiones e incitar a la reflexión, por su parte la deontología se limita al deber y a prescribir normas a través de los códigos de ética y la autorregulación es la aplicación de diferentes instrumentos elaborados desde el gremio para mejorar las prácticas (véase Tabla 1).

De acuerdo a lo anterior, han surgido diferentes formas de concretar esa unión de palabras o disciplinas, es decir, entre la ética y el diseño (véase Tabla 2). Cabe señalar que tanto en inglés como en español no existe uniformidad, esto influye en la forma en que una comunidad epistémica define las bases para construir su propia teoría.

Tabla 2. Términos comúnmente utilizados para definir la relación entre ética y diseño

Términos comúnmente utilizados para definir la relación entre ética y diseño	
Ética del diseño:	Design ethics
Ética en el diseño:	Ethics in design
Ética para el diseño:	Ethics for design
Diseño ético:	Ethics design
Ética para diseñadores:	Ethics for designers

Fuente: Elaboración propia

Cualquiera de los siguientes términos podría funcionar, pero, creo que la más adecuada para el tema es: ética del diseño. El binomio podría complementarse especificando la especialidad a la que corresponde, por ejemplo, ética del diseño gráfico, ética del diseño industrial, ética del diseño de interiores, etcétera. Tal vez, esta definición permita concretar un estudio del tema, es decir, formalizarlo desde la academia. Esto facilitaría la búsqueda de información y el establecimiento de una nueva rama o teoría del diseño desde cada una de las especialidades.

En el año 2005, Richard Buchanan escribió para la Encyclopedia of Science, Technology, and Ethics, la definición de Design ethics:

Design ethics concerns moral behavior and responsible choices in the practice of design. It guides how designers work with clients, colleagues, and the end users of products, how they conduct the design process, how they determine the features of products, and how they assess the ethical significance or moral worth of the products that result from the activity of designing. (Buchanan, 2005, párr. 1).

Esta propuesta me parece congruente y adecuada para explicar que la ética del diseño se refiere al comportamiento moral del diseñador y a las elecciones responsables en la práctica del diseño. También, define que la ética del diseño sirve como guía durante el proceso de diseño y en la relación que se tiene con diversos agentes en el ámbito laboral. Me parece importante que haga énfasis en el producto, ya que este profesionalista podría responsabilizarse hasta donde le sea posible, en la creación

de productos que no sean dañinos para la sociedad y el usuario. En este mismo texto, el autor señala que la definición de diseño es muy amplia, debido a los varios campos de aplicación que existen, de tal forma, que Buchanan (2005) define Design ethics en forma general, al explorar cuatro dimensiones éticas del diseño (véase Tabla 3).

Tabla 3. Dimensiones éticas del diseño

Dimensiones éticas del diseño según Richard Buchanan (2005)	
1.- Carácter y valores personales	El diseñador no es neutral, tiene creencias y preferencias que crean su carácter personal. Buchanan explica que dentro de esta dimensión entran todo tipo de declaraciones escritas por los diseñadores: por ejemplo, en sus biografías, blogs o manifiestos. Estos son mensajes que expresan y evidencian su posición como individuo. Incluso, menciona que esas declaraciones son las primeras manifestaciones de la ética del diseño.
2. Integridad del rendimiento	Surge durante la planificación y al momento de llevar a cabo los productos a la realidad. Esta dimensión está relacionada con la integridad profesional y personal, involucra las relaciones con otras personas en el ejercicio profesional (empleados, colegas, clientes, etcétera) y la responsabilidad compartida entre ellos. De igual manera, abarca cómo toma decisiones e implementa valores profesionales (equidad, honestidad, lealtad, entre otros). Estas cuestiones provienen de dos ámbitos, el personal y de los códigos de ética de la profesión. Menciona que los diseñadores comenzaron a fundar asociaciones tal y como ocurrió con otras profesiones y de esa forma se establecieron estándares éticos.
3. Integridad del producto	Se refiere al propósito y valor del producto. Señala que existen problemas éticos con los productos en cuanto a seguridad, confiabilidad, cumplimiento de leyes o códigos y hasta en el tema de sostenibilidad. Respecto a la integridad ética del producto, Buchanan refiere que debe ser útil, utilizable y deseable. Explica que, en el diseño gráfico, la utilidad está relacionada al contenido del mensaje, a que sea verídico y honesto; la usabilidad respecto al tamaño de las fuentes, el diseño de información o aquello que esté relacionado a la correcta comprensión y legibilidad. La estética favorece a que el producto sea deseable, pero eso está relacionado al valor cultural, social o político que se le otorga al producto. Estas cualidades son los mínimos requerimientos para que un diseño cumpla con su función ética.
4. Estándares éticos y propósito final del diseño	Aquí convergen las tres dimensiones anteriores. Refiere que es importante comprender que una de las intenciones fundamentales del diseño es ayudar a que las personas logren sus propósitos, es decir, crear productos que faciliten la vida de las personas, o mejoren su calidad de vida. Me parece que, en esta dimensión Buchanan intenta explicar que la función que tiene el diseño debe estar enfocada hacia objetivos éticos. Asimismo, señala que es importante reflexionar cuál es el propósito del diseño, el valor moral de los productos, sus efectos y definir cuáles son los estándares éticos que deben emplear los diseñadores para tomar buenas decisiones y hacer un uso adecuado de su quehacer. Buchanan describe que en el diseño existen productos buenos o en su caso instrumentales.

Fuente: Elaboración propia basada en Buchanan (2005)

Por lo tanto, aquí es importante aclarar cuál es la diferencia entre dimensiones y perspectivas éticas, esta radica en que una observa la práctica del diseñador y la otra, la manera en que la profesión ha creado su ética aplicada. Primeramente, según Buchanan (2005) las dimensiones éticas representan la red de medios y fines, es decir, giran en torno al diseñador y su práctica. Estas dimensiones están relacionadas a: qué tipo de valores y carácter forjan su comportamiento profesional, cómo se relaciona con las demás personas, qué tipo de valores profesionales pone en práctica, con qué parámetros diseña sus productos y finalmente que tenga claro cuáles son los propósitos del diseño, en conclusión la conducta moral en la práctica diaria del diseño. Esta es una forma general de comprender cómo el diseñador pone en acción su ética profesional. Por otro lado, las perspectivas, son aquellas formas que han creado los diseñadores para aportar al ethos de su profesión, son evidencias de cómo definen lo que es bueno o malo en la práctica, mediante todo tipo de acciones, enfoques teóricos, estrategias, declaraciones, actitudes, textos, etcétera. Al diseñador le convendría involucrarse con el tema, ya que la ética es una herramienta básica para la práctica, de hecho, considero que es esencial. En este sentido, Peter Buwert en el año 2016, señala que en el campo del diseño existen seis sitios potenciales para la ética, los cuales están relacionados al discurso del diseño y cómo se involucra la ética en él (véase Tabla 4).

Tabla 4. Sitios potenciales para la ética en el diseño

Sitios potenciales para la ética según Peter Buwert (2016)	
1	Los códigos de ética
2	Los manifiestos de diseño
3	La ética del diseñador (visualizarlo en diferentes roles: autor, productor y empresario)
4	El diseño para el bien
5	El activismo en el diseño
6	Las prácticas críticas

Fuente: Elaboración propia basada en Buwert (2016)

Buwert (2016), en su disertación doctoral aborda a profundidad esos seis sitios y deja claro que pueden existir otros más. Coincido con él, al detectar diferentes situaciones o acciones que han permitido la instauración de una ética aplicada al diseño. Es claro, que se requiere de una pronunciación oficial por parte del gremio a través de códigos o *manifiestos*⁴. Es decir, dar a conocer públicamente su función, compromiso y utilidad para con la sociedad, esto demuestra una participación y estructuración del gremio como comunidad epistémica. Aunado a ello,

⁴ Sin embargo, esto no quiere decir que deba ser algo obligatorio, pero la creación de un código es un ejercicio que optan aquellas profesiones que buscan legitimidad ante la sociedad.

mostrar los estándares bajo los que deben actuar y producir los diseñadores establecen los límites del quehacer. Este ejercicio reflexivo es importante y es un fenómeno que se ha dado en muchas profesiones.

◆ Metodología

La presente investigación fue de corte cualitativo con un alcance descriptivo. Es decir, se describió de forma cronológica el fenómeno a través de la información recabada y de las aportaciones de diversos autores. Para llevar a cabo esta exploración, se requirió hacer una búsqueda de fuentes en diferentes bases de datos. Este tipo de investigación documental tiene como propósito revisar qué se ha escrito y publicado sobre el tema investigado (Guevara, 2016, p. 168), tratando de encontrar evidencias que ayuden a construir conocimiento al respecto.

Al iniciar la construcción del estado del arte, detecté que la profesión tiene una forma particular de integrar y abordar la ética a su quehacer, al establecer métodos o incluir en sus proyectos estrategias que favorecen a la profesión, al producto, al usuario o la sociedad. Por lo tanto, fue necesario hacer una revisión sistematizada de las fuentes desde una perspectiva ontológica y epistemológica para definir los fundamentos teóricos y deontológicos de la ética aplicada al diseño gráfico.

◆ Recopilación de información

Al hacer esta exploración documental, fui identificando diversos tipos de contenido. Mediante esta búsqueda logré el acopio de algunos documentos que integraban en su texto las siguientes palabras clave: ética y diseño. Sin embargo, debido a las inconsistencias y falta de información, se fueron incluyendo temáticas secundarias que estaban intrínsecamente relacionadas a la ética del diseño, como: reflexiones sobre el quehacer del diseño, las responsabilidades del diseñador, la función social del diseño, el diseño social, el diseño con fin político, el diseño verde o ecodiseño, el buen diseño, el diseñador ciudadano, la sostenibilidad, la bondad del diseño, entre otros.

Cabe aclarar que en la literatura revisada existen dos tipos de aportaciones: primero, una que procede del interior del gremio y otra que proviene del exterior, a través de otro tipo de especialistas. Ya sea que se hayan producido de forma endógena o exógena, consideré ambas como valiosas para el presente estudio. Algunos de los autores considerados no pertenecen al campo del diseño gráfico, sin embargo, su aportación es fundamental ya que lo analizan con una perspectiva diferente a la del gremio. Asimismo, me parece importante señalar que en el campo académico y de investigación, el diseñador, desde sus estudios de posgrado, ha empezado a aportar al tema en cuestión. Esta recolección de documentos me proporcionó datos significativos. En consecuencia, al hacer la lectura y revisión de los mismos, me fue posible hacer una selección de aquellos que abordaban de forma crítica la ética del diseño.

◆ Análisis Contextualización

De las 82 fuentes seleccionadas y examinadas, se identificó: año de creación, país de procedencia del autor, su sede laboral, profesión y especialidad, así como un breve resumen de la propuesta que hace en su obra (véase Figura 5). En esta fase de contextualización, se requería especificar los límites espaciales y temporales de la información (Guevara, 2016, p. 174).

Sistematización de información

Partiendo de la primera obra analizada, establecí una cronología de 1964 hasta el 2020. Al tabular la información en la matriz de análisis, se llenaron los datos básicos de cada obra y se especificó qué tipo de documento era: manifiesto, código, decálogo, juramento, libro artículo, ensayo, tesis, blog, conferencia, video o método (véase Tabla 5).

Como resultado, fui detectando la intencionalidad y origen de dichas perspectivas. Con ello, se inició una primera clasificación de contenidos, que con el tiempo se fue afinando y reestructurando. No es una clasificación definitiva, pero permite identificar la procedencia y la aportación de los autores. Incluso, me permitió encontrar puntos clave en el tiempo que me ayudaron a establecer cinco épocas trascendentales del proceso de construcción de la eticidad del diseño.

Tabla 5. Matriz de análisis

Perspectivas éticas del diseño gráfico (1964 - 2020)							
No.	Año	Autor	País de origen	Cede laboral	Obra	Profesión y especialidad	Propuesta
1	1964	Ken Garland	Reino Unido	Londres, Inglaterra	<i>First Things First Manifiesto (manifiesto)</i>	Diseñador gráfico, fotógrafo, educador y escritor.	Manifiesto en el que se propone un cambio de prioridades a favor de formas de comunicación más útiles y perdurables. Lo firman diseñadores gráficos, fotógrafos y estudiantes. Garland contextualiza la época a través de ejemplos, señala que como creativos han dedicado su talento a fines triviales. También, señala que existen cosas más valiosas en las que pueden emplear su capacidad.
2	1977	Victor Papanek	Austria	Estados Unidos	<i>Diseñar para el mundo real, ecología humana y cambio social (libro)</i>	Diseñador, antropólogo, escritor y profesor de diseño industrial en la Universidad de Purdue en Indiana y California Institute of the Arts.	Crítica al diseño, Responsabilidad social y moral del diseñador. Aborda la importancia del cuidado del medio ambiente.
3	1983	International Council of Graphic Design Association (ICOGRADA)	Inglaterra	Londres, Inglaterra	<i>Ethical Code of Professional Practice (código)</i>	Asociación internacional de diseñadores gráficos fundada en 1963.	Publicado por: International Council of Graphic Design Associations, International Council of Societes of Industrial Design, y International Federation of Interior Achitects/Interior Designers. Es un código que ha inspirado a muchas asociaciones y colegios de diseño en el mundo.
4	1983	The American Institute of Graphic Arts (AIGA)	Estados Unidos	Estados Unidos	<i>Code of Ethics Profesional Conduct for Graphic Designers (código)</i>	Asociación internacional de diseño.	5 ejes temáticos: 1. La responsabilidad profesional del diseñador 2. La responsabilidad del diseñador hacia los clientes 3. La responsabilidad del diseñador hacia otros diseñadores 4. Autopromoción 5. Autoría

5	1987	Dieter Rams	Alemania	Alemania	<p>Ten principles for good design (decálogo)</p> <p>Diseñador, Arquitecto y profesor de la Escuela Superior de Bellas Artes de Hamburgo.</p> <p>Especialidad: Rams es un diseñador industrial que pertenece a la corriente del diseño funcionalista.</p>	<p>El buen diseño:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Es innovador 2. Hace del producto algo útil 3. Es estético 4. Es comprensible 5. Es discreto 6. Es honesto 7. Tiene valor duradero 8. Concibe hasta el último detalle 9. Respeto el medio ambiente 10. Es un diseño en su mínima expresión
---	------	-------------	----------	----------	--	---

Fuente: Elaboración propia

Resultados a) *Clasificación de las perspectivas éticas del diseño*

Como primer resultado, defino las formas en las que se ha construido y puesto en práctica el ethos del diseño, es importante recordar que está perfilado hacia el diseño gráfico. No todos los documentos provienen de la academia ni de una investigación, las primeras aportaciones provienen de una reflexión empírica sobre el quehacer del diseño, para ello, los diseñadores crearon compromisos, estrategias o iniciaron debates dentro del mismo gremio. Consecutivamente, se iniciaron investigaciones y modelos para aplicar a la enseñanza del diseño, incluso aparecieron incontables críticas provenientes de expertos.



Figura 1. Clasificación de las perspectivas éticas del diseño

Fuente: Elaboración propia

Como vemos, a través de estos incisos (véase Figura 1) existen diferentes formas en que la profesión y los diseñadores establecen parámetros éticos para el ejercicio de sus actividades, definiendo qué es lo correcto o incorrecto en la práctica.

Los primeros textos académicos respecto a la ética y el diseño se encuentran en inglés. En 1994, Alain Findeli desarrolló investigaciones respecto a la ética, la estética y el diseño desde el ámbito educativo de esta profesión, pero su enfoque proviene del diseño industrial. Lo relevante de este investigador es que reconoce la función de una ética aplicada al diseño. En 1995, aparecen los términos *ethics into design*, *ethics*

of design y ethics in design con Carl Mitcham, pero están relacionados con el diseño de ingeniería, área que no tiene relación directa con el diseño gráfico. Ninguno de los dos textos ofrece suficiente información que pueda extrapolarse al campo del diseño gráfico, pero ambos hacen referencia al interés de abrir un campo de saber respecto a la ética en el diseño por medio de una reflexión teórica y su promoción en la educación. Mitcham (1995) menciona que los problemas del diseño no sólo se encuentran en la técnica y la estética, sino también en la ética. Asimismo, señala que cada tradición o disciplina de diseño desarrolla su propio ethos.

b) Proceso de construcción de la eticidad del diseño gráfico

Como segundo resultado de esta exploración, delimité algunas pautas temporales que quedaron asentadas en un diagrama. Al examinar la información contenida en la matriz de análisis, se evidenciaron ciertos fenómenos que permitieron la creación de una línea del tiempo. Si bien es un periodo de tiempo muy amplio, en esos 56 años se pueden detectar las *transformaciones*⁵ que ha tenido la *profesión*⁶ y los enfoques de diseño responsable que han prevalecido. Es interesante observar que los investigadores o diseñadores van conectando ideas y reforzando lo que el mismo gremio expresa. Los textos seleccionados para este análisis tienen contenido diverso y provienen de diferentes países del mundo. La línea del tiempo parte del año de 1964, con el surgimiento del primer manifiesto de diseño elaborado por el británico *Ken Garland*⁷ y llega hasta el año 2020, al momento en el que la profesión del diseño gráfico parece estar entrando en una fase de reestructuración. Algunos de los diseñadores e investigadores señalados en esta línea del tiempo (véase Figura 2), han colaborado en la comprensión de la práctica del diseño, su función en la sociedad, la responsabilidad que conlleva el quehacer del diseño y la manera en que el diseñador podría asumir sus diversas responsabilidades. Asimismo, a través de esta cronología, pueden observarse los aportes que se han hecho respecto al tema de la ética del diseño, no son la totalidad de los documentos analizados ya que se hizo una selección de los que, considero, pueden ser útiles para los diseñadores gráficos. También cabe aclarar que la mayoría de los textos hacen alusión a la responsabilidad del diseñador, sin duda, este es un eje central en la ética del diseño. Este estudio temporal tiene como antecedente la fundación del International Council of Graphic Design Association (ICOGRADA) en el año de 1963, organismo que ha tenido una labor importante para el desarrollo de la profesión del diseño gráfico en varios países del mundo. Además, en esta línea del tiempo pude identificar cinco etapas importantes en el desarrollo de la ética del diseño gráfico.

⁵ Toda profesión se ve afectada e influenciada por situaciones ajenas a ella, esto hace que los profesionistas respondan o se adecuen a las necesidades de quien demanda dicho servicio.

⁶ Entre ellas, la revolución digital, la aparición del internet y el ordenador como herramienta de trabajo.

⁷ Manifiesto enfocado a la actividad del diseño gráfico.

En las cuales identifico actores y documentos clave que influyeron en la evolución de este proceso de construcción de la eticidad.

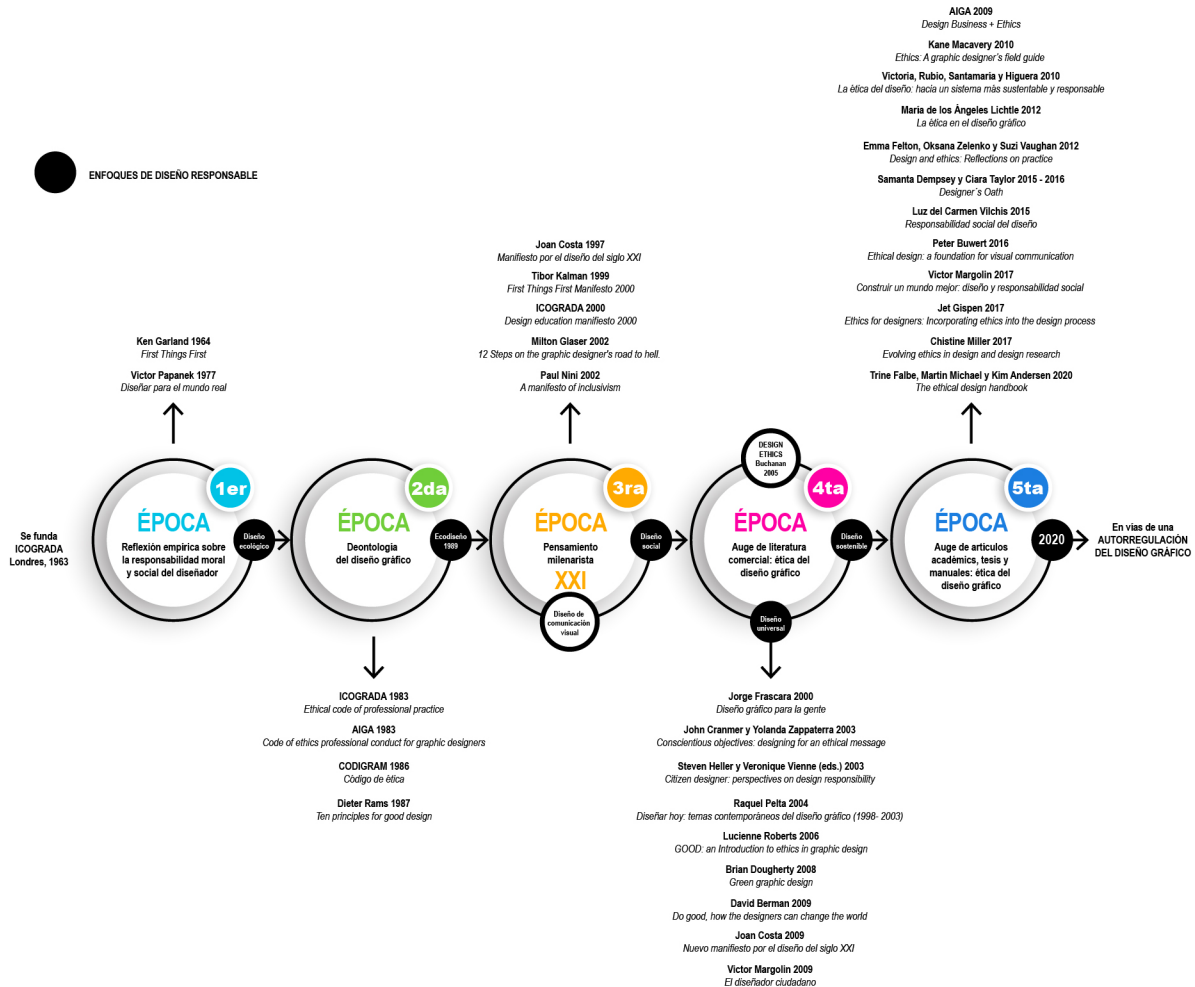


Figura 2: Proceso de construcción de la eticidad del diseño gráfico: línea del tiempo 1964 - 2020 Fuente: Elaboración propia

Primera época: reflexión empírica sobre la responsabilidad moral y social del diseñador

Está influenciada por el diseñador gráfico Ken Garland y el diseñador industrial Victor Papanek entre 1964 y 1977, su enfoque es mediante una reflexión empírica. Esta etapa cubre los años sesenta y setenta del siglo XX, está influenciada por un periodo en el que el mundo vivía los estragos y crisis de varias guerras, entre ellas la Guerra de Vietnam y los diferentes movimientos sociales que surgieron en distintos países⁸. De igual forma,

⁸ Después de la Segunda Guerra Mundial empezaron los primeros productos gráficos de carácter político (carteles), incluso de protesta. En dicho periodo surgen los movimientos estudiantiles de 1968, el movimiento feminista contemporáneo y el movimiento hippie.

surgen cambios dentro del campo del diseño, como la crisis del diseño moderno y la aparición de nuevos estilos y tendencias gracias a la entrada del pensamiento postmoderno. Raquel Pelta (2012a), señala que:

Los años 1960 fueron también los de la movilización de los diseñadores gráficos. En 1962, el diseñador británico Ken Garland comenzó a trabajar a favor de la Campaña de Desarme Nuclear (Campaign for Nuclear Disarmament) para la que realizó carteles tan conocidos como el titulado «Aldermaston to London Easter», toda una referencia de la gráfica de protesta de aquel periodo. Dos años más tarde, en 1964, publicó el manifiesto *First Things First* y consiguió el apoyo de unos cuatrocientos diseñadores y artistas, así como el respaldo del político laborista Tony Benn. Pero las propuestas de Garland no nacían de la nada. Respondían a la emergencia, ya en la década anterior, de un nuevo tipo de inquietudes políticas relacionadas con temas éticos y morales, así como con la extensión de los derechos civiles (párr. 29).

En el Manifiesto *First Things First*, Garland propone un cambio de prioridades a favor de formas de comunicación más útiles y perdurables. Inicialmente fue firmado por 22 personas (diseñadores gráficos, fotógrafos y estudiantes), el texto contextualiza la época a través de ejemplos, señala que como creativos han dedicado su talento a fines triviales (Pelta, 2012b). También, explica que existen cosas más valiosas en las que pueden emplear su capacidad creativa. Por lo tanto, es el primer llamado a contribuir a la sociedad. Asimismo, durante ese tiempo iniciaron las primeras preocupaciones por el deterioro del medio ambiente. Pelta (2011) explica que:

Fue a finales de los años 1960, cuando comenzaron a desarrollar estrategias medioambientales, con diferentes grados de compromiso, en una relación nada fácil entre producción, consumo y ecología.

Las primeras posturas (muy críticas) aparecieron en los años 1970 con Victor Papanek y su libro *Design for the Real World*, que sigue siendo un referente para quienes abogan por un diseño responsable, ético y comprometido social y medioambientalmente (párr. 3).

Una práctica responsable en el ámbito del diseño está ligada a fundamentos y principios éticos, como diseñadora considero que debemos ser conscientes de lo que producimos, tener los ojos abiertos ante cualquier daño y ser sensibles a la hora de conceptualizar, producir y dar vida a un objeto de diseño. Papanek fue pionero de este pensamiento, en 1977 señalaba cuáles eran las responsabilidades sociales y morales del diseñador:

debo reconocer que el diseñador, tiene responsabilidad por la forma en que el mercado reciba los productos que diseña. Sin embargo, esto sigue siendo un punto de vista estrecho y provinciano. La responsabilidad del diseñador ha de ir más allá de estas consideraciones. Su buen juicio social y moral tiene que entrar en juego mucho antes de que empiece a diseñar, porque tiene que juzgar apriorísticamente, además si los productos que se le pide que diseñe o rediseñe merecen su atención o no. En otras palabras, si su diseño estará a favor o en contra del bien social. (Papanek, 1977, p. 68).

Papanek, fue un crítico severo del diseño industrial y la publicidad, en su libro *Diseñar para el mundo real: ecología humana y cambio social* (1977), advierte varias cosas, entre ellas, que el diseñador no estaba siendo consciente de su quehacer. Pareciera ser un texto actual y apegado a la realidad, hace énfasis en el diseño irresponsable.

Estamos de acuerdo: el diseñador tiene que ser consciente de su responsabilidad moral y social. Porque el diseño es el arma más poderosa que ha recibido el hombre para configurar lo que produce, su medio ambiente, y, por extensión, a sí mismo, con ella debe analizar las consecuencias de sus actos, tanto del pasado como del futuro predecible (p. 107).

Este libro también, aborda temas como, la explotación sexual de la mujer, el cuidado del medio ambiente, diseñar productos para las minorías: zurdos, ancianos, discapacitados, obesos, embarazadas, analfabetas, niños, etcétera. Asimismo, su postura invita a repensar en las necesidades básicas de la humanidad y de los pueblos. Papanek, hace un señalamiento severo al diseñador y a la trivialidad de sus creaciones.

Segunda época: deontología del diseño gráfico

La segunda época, se encuentra a mediados de los ochenta, cuando el diseño gráfico comienza, internacionalmente, a fijar los estándares de buenas prácticas como un modelo de conducta, para ello el ICOGRADA tuvo una influencia significativa a través de la publicación del Ethical Code of Professional Practice en 1983 adoptado también por International Council of Societies of Industrial Design (ICSID) y International Federation of Interior Architects/Interior Designers (IFI). Dicho documento enuncia la responsabilidad del diseñador bajo tres ejes: hacia la comunidad, hacia el cliente y hacia otros diseñadores. Posteriormente, en el continente americano diversas asociaciones y colegios crearon sus propios códigos de ética basándose en el del ICOGRADA, por ejemplo, The American Institute of Graphic Arts (AIGA) en Estados Unidos. En México, por ejemplo, el Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México, A.C. (CODIGRAM) en 1986 enuncia en su código de ética la responsabilidad del diseñador bajo cuatro ejes: hacia la comunidad, hacia el usuario, hacia el cliente y hacia los colegas. Es a partir de esta etapa que los códigos de ética comenzaron a propagarse en diferentes países.

Tercera época: pensamiento milenarista

La tercera época, se encuentra a finales de los años noventa, cuando algunos diseñadores gráficos como Joan Costa y Tibor Kalman reflexionan sobre los cambios urgentes que necesita el diseño frente al inicio del siglo XXI. La práctica tenía que definirse desde su relación con los individuos, centrarse en el ser humano, redirigir sus esfuerzos a mejorar la calidad de vida, es decir, cambiar las prioridades del diseño. Ambos personajes plantean dos manifiestos diferentes, Costa (1997) el Manifiesto por el Diseño del siglo XXI y por su lado Kalman (1999) el First Things First Manifiesto 2000, declaración colectiva firmada por varios diseñadores, los dos manifiestos tuvieron gran respuesta por parte del público, así como impacto y reconocimiento a nivel internacional.

Ambos señalan un cambio de paradigma, la necesidad de que el diseño se transforme desde sus entrañas y se redefina. Es importante mencionar, que son dos modos distintos de crítica y de reflexión. Kalman utiliza casi el mismo formato del manifiesto de Garland (1964) únicamente se adecuó al contexto. En general es un discurso sencillo, pero con énfasis en que el diseño gráfico ayude a la sociedad:

Hay actividades más valiosas para nuestras habilidades de resolución de problemas. Una crisis ambiental, social y cultural sin precedentes demanda nuestra atención. Muchas intervenciones culturales, campañas de marketing social, libros, revistas, exposiciones, herramientas educativas, programas de televisión, películas, causas caritativas, y otra información –proyectos de diseño- requieren urgentemente nuestra experiencia y ayuda. (Kalman, et al., en Pelta, 2012c, párr. 6)

Por otro lado, Costa (1997) utiliza un lenguaje teórico y crítico, hace énfasis en el diseño industrial y de comunicación. Afirma que el diseñador del siglo XXI es posindustrial: “diseña programas para procesos interactivos, hombre máquina y hombre-información” (p. 22). En resumen, expresa la necesidad de una definición universal y omnicomprendiva del diseño en sus relaciones con los individuos, una concepción que corresponda a nuestra civilización de información, centrada en el ser humano y no en los objetos de diseño, ni en la técnica, ni en el consumo; un diseño que contenga valores de autodidaxia, que promueva actividades de diseño orientadas hacia el servicio, interfaces, valores, entornos más limpios, ordenados y vivibles, hacia modos de vida más civilizados, que formen parte de los valores culturales y sociales de los países. Que estimule la originalidad y creatividad de cada país, etnia y grupo. Visualiza que el diseño del siglo XXI, no será el diseño de objetos, sino de información, de intangibles, del entorno, de programas y de valores. El diseño tendrá que ser una actividad diversificada, tomar al individuo como centro y razón de ser del diseño (Costa, 1997, pp. 23-24).

Costa, estructura una comprensión contemporánea del diseño, en general observa cuál es el papel del diseño y los cambios que son necesarios

para su práctica. Puntualiza que este siglo requiere de un diseñador más humano e intelectual, con una posición autocrítica y responsable. Define que, como sociedad hemos pasado de un consumismo salvaje a una ecología del consumo, o cultura del consumo. Considero que esta postura es un ideal de comportamiento, que implica el compromiso de la misma sociedad, en donde cada individuo reflexione sobre su consumo y exija nuevas formas de comunicación.

Al iniciar el año 2000, el ICOGRADA publica en el Manifiesto Icoagrada sobre la Enseñanza del Diseño, que el término diseño gráfico se había debilitado y que el concepto más adecuado para definirlo era diseño de comunicación visual. Asimismo, declara que el diseñador: “Se hace responsable como individuo de la ética para evitar daños y toma en cuenta las consecuencias de la acción del diseño sobre la humanidad, la naturaleza, la tecnología y factores culturales.” (p. 19)

Cuarta época: auge de literatura comercial sobre ética del diseño gráfico

Al iniciar el siglo XXI, durante la primera década del 2000 al 2009 comienza el auge de todo tipo de libros y artículos que abordan temas relacionados a la ética del diseño: el diseño social, la responsabilidad del diseño, el diseño ético, el compromiso del diseñador, la responsabilidad social, el buen diseño, el diseñador político, la sostenibilidad, la bondad y maldad del diseño, el diseño consciente, la ética en la estética, el diseño verde, el diseñador ciudadano, hacer el bien, el activismo en el diseño, entre otros más. Considero que los libros más significativos para el diseño gráfico durante esta etapa son (véase Tabla 6):

Tabla 6. Literatura comercial sobre la ética del diseño al inicio del siglo XXI

Sitios potenciales para la ética según Peter Buwert (2016)		
Autor	Año	Título de libro
Jorge Frascara	2000	<i>Diseño gráfico para la gente; comunicación de masa y cambio social</i>
Joan Costa	2003	<i>Diseñar para los ojos</i>
Steven Heller y Veronique Vienne	2003	<i>Citizen Designer: Perspectives on Design Responsibility</i>
Raquel Pelta	2004	<i>Diseñar hoy: temas contemporáneos del diseño gráfico (1998 - 2003)</i>
John Thackara	2005	<i>In the bubble: Designing in a complex</i>
Lucienne Roberts	2006	<i>GOOD: An Introduction to Ethics in Graphic Design</i>
David Berman	2009	<i>Do good, how the designers can change the world</i>

Figura 7: Literatura comercial sobre la ética del diseño al inicio del siglo XXI
Fuente: Elaboración propia

Dichos textos son un parteaguas para el desarrollo de tesis, artículos y ensayos en la segunda década del siglo XXI.

Quinta época: auge de artículos académicos y tesis de diseño sobre ética del diseño

Esta época inicia con el trabajo de Kane Macavery (2010), producto de su tesis de posgrado, propone uno de los manuales más completos respecto a la ética del diseño gráfico. Macavery aborda la legalidad, la integridad y la moralidad en el campo del diseño gráfico. Por su parte Raquel Pelta, inicia una investigación de corte histórico sobre diversos temas relacionados a la responsabilidad y ética en el diseño gráfico desde su portal en Internet llamado Monográfica. Posteriormente, son más comunes las tesis relacionadas al tema, desde nivel de pregrado hasta doctorado. Considero que la más significativa es la de Buwert (2016), por el grado de profundidad y análisis desde el aspecto filosófico. Finalmente, a partir del año 2015, empiezan a aparecer herramientas didácticas y creativas para que el diseñador implemente estrategias con la finalidad de aplicar la ética a su proceso de diseño. En esta época la práctica del diseño gráfico comienza a transformarse, existen nuevas profesiones como el diseño de experiencia de usuario (UX design), por lo tanto, inician las reflexiones respecto a las problemáticas que existen en las plataformas y productos digitales. Considero que, a partir del 2020, surgirán más manuales de ética del diseño enfocados a productos digitales como lo es The Ethical Design Handbook, los cuales me parecen instrumentos de autorregulación prácticos, es decir, tienen ejemplos actuales y consejos para los profesionistas.

Finalmente, en este recorrido, se puede entender el avance de la profesión en el tema de la ética, no obstante, las investigaciones de tipo académicas como tesis, son más difíciles de ubicarlas, debido al poco acceso que hay en base de datos. Sin embargo, no se descarta la existencia de más investigaciones respecto al tema de la ética del diseño.

◆ Conclusiones

Considero que la teoría ética del diseño y la práctica deben buscar puntos de encuentro, es decir, definir si la teoría es útil en la cotidianidad y conocer a través de la expresión de los mismos diseñadores cómo es que la ponen en práctica. El diseño gráfico aún está en proceso de crear bases sólidas y teóricas de su ética. Esta construcción ha sido lenta, al ser una profesión joven y un tanto volátil en cuanto a sus técnicas o actividades, el avance no ha sido significativo.

En América, es Estados Unidos quien más ha aportado al tema, en México, es notoria la poca participación del gremio, de las 82 fuentes consultadas, solamente ocho pertenecen a autores mexicanos. De Canadá, Argentina, Colombia y Chile también existen aportaciones, pero son mínimas. Por otro lado, en Europa, autores procedentes de las Islas Británicas y España son los que han contribuido más.

Por lo tanto, al hacer esta revisión de literatura, es perceptible que existe una necesidad de construir bases teóricas en el tema de la ética del diseño gráfico, pues existe información difusa y dispersa que debe ser rescatada y acopiada, por lo que sería importante establecer un neologismo adecuado para dicho paradigma, luego discernir y discutir los temas éticos que son relevantes. Asimismo, me parece importante que el diseñador desde su práctica, sin ser profesor o investigador, pueda emitir una opinión respecto al ethos de su profesión, esto es parte importante de la ética aplicada. Cada individuo debe formar un pensamiento reflexivo que le ayude a llevar a cabo su trabajo diario y aprenda a establecer parámetros que lo beneficien a él y a la profesión, pero es necesario que el gremio fortalezca sus redes y participación tanto a nivel nacional como internacional.

Como ya lo mencioné, la responsabilidad es un tema sustancial en la ética del diseño. Somos responsables de nuestros propios actos, de nuestras omisiones, de las consecuencias de nuestras acciones, de las exigencias o retos que nos llaman a actuar y de comprometernos con la humanidad (Polo, 2019, pp. 58-59). Vivimos una época donde la ética se enfoca en tener una visión global de los problemas, no ser ajenos a las necesidades del otro y del mundo. Preguntémonos entonces, ¿De qué somos responsables los diseñadores gráficos?, ante estos cuestionamientos surgieron los primeros códigos de ética. Es inevitable pensar que el diseñador como profesionista no se ha dado cuenta de las consecuencias de sus acciones y de cuáles son sus obligaciones.

Se puede concluir, que la ética del diseño gráfico esta en vías de generar una autorregulación de carácter formal, es decir, se están creando varios instrumentos provenientes de investigaciones y asociaciones internacionales que proponen a los diseñadores temas clave en los que se pueden enfocar para tener una práctica responsable y ética. Asimismo, resultado de esta reflexión colectiva están saliendo a la luz consejos y métodos para ser implementados en la práctica. ©

Referencias

AIGA. (2020). About AIGA. Recuperado de <https://www.aiga.org/about/>

Ariza, A.V. (2012). *La investigación en Diseño, una visión de los postgrados en México*. México: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.

Berman, D. B. (2009). *Do good: How designers can change the world*. Estados Unidos de América: New Riders.

Buchanan, R. (2005). Design Ethics. En *Encyclopedia of Science, Technology, and Ethics*. Encyclopedia.com Recuperado de <https://www.encyclopedia.com/science/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/design-ethics>

- Buwert, P. (2016). *Ethical design: a foundation for visual communication* [Tesis para obtener el grado de Doctor en Filosofía]. Escocia: Robert Gordon University. Recuperado de <https://rgu-repository.worktribe.com/output/248849/ethical-design-a-foundation-for-visual-communication>
- CODIGRAM. (s.f.). *Código de ética*. Recuperado de <http://www.codigram.org/codigo.pdf>
- Cortina, A. (1996). El estatuto de la ética aplicada. *Hermenéutica crítica de las actividades humanas. Isegoría*. (13), 119-134. Recuperado de <http://isegoria.revistas.csic.es/index.php/isegoria/article/view/228>
- Costa, J. (1997). Manifiesto por el diseño del siglo XXI. *DX, Estudio y experimentación del diseño*, (4).
- Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos* (2ª.ed.). Bolivia: Grupo Editorial Design.
- Costa, J. (2009). *Nuevo manifiesto por el diseño del siglo XXI*. Recuperado de http://www.danielraposo.com/temps/artigos/04_07_11_20_Manifiesto_siglo_XXI.pdf
- Cranmer, J., & Zappaterra, Y. (2003). *Conscientious Objectives: designing for an ethical message*. RotoVision.
- Dempsey, S. & Taylor, C. (2015). *Designer's Oath*. Recuperado de <https://designersoath.com/index.html>
- Dougherty, B. (2008). *Green graphic design*. Estados Unidos de América: Allworth Press.
- Falbe, T, Michael M. & Andersen K. (2020). *The Ethical Design Handbook*. Recuperado de <https://ethicaldesignhandbook.com>
- Feenstra, R. A. (2019). La corregulación de la publicidad a debate: una aproximación teórica. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 10(2), 105-114. Recuperado de <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2019.10.2.1>
- Felton, E., Zelenko, O., & Vaughan, S. (Eds.). (2012). *Design and ethics: Reflections on practice*. Estados Unidos de América y Canadá: Routledge.
- Findeli, A. (1994). Ethics, aesthetics, and design. *Design issues*, 10(2), 49-68.
- Frascara, J. (2000). *Diseno gráfico para la gente: comunicacion de masa y cambio social*. Argentina: Ediciones Infinito.
- Gispen, J. (2017). *Ethics for Designers: Incorporating ethics into the design process* [Tesis para obtener el grado de maestría]. Países Bajos: Delft University of Technology. Recuperado de <http://resolver.tudelft.nl/uuid:b0645822-b0b4-45d8-af7f-57a34b369cd9>
- Glaser, M. (2014). *Diseñador-ciudadano: cuatro lecciones breves (más o menos sobre diseño)*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

- Grefé, R. & AIGA. (2009). *Design Bussines+Ethics*. AIGA | the professional association for design. Recuperado de <https://www.aiga.org/design-business-and-ethics>
- Guevara, P. R. (2016). El estado del arte en la investigación: ¿análisis de los conocimientos acumulados o indagación por nuevos sentidos?. *Revista Folios*, (44),165-179. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=345945922011>
- Heller, S., & Vienne, V. (Eds.). (2003). *Citizen designer: Perspectives on design responsibility*. Estados Unidos de América: Allworth Press.
- Hortal, A. A. (2002). *Ética general de las profesiones* (2ª. ed.). Bilbao: Desclée
- ICOGRADA. (2000). *Manifiesto Icograda sobre la Enseñanza del Diseño, Seúl 2000*. Recuperado de <https://www.ico-d.org/database/files/library/Ico-gradaEducationManifiesto.pdf>
- Lichtle, G. M. (2013). La ética en el diseño gráfico. *Insigne Visual-Revista Virtual de Diseño Gráfico-BUAP*, 2(8), 18- 6. Recuperado de http://cmas.siu.buap.mx/portal_pprd/work/sites/insigne/resources/LocalContent/43/2/Art_3.PDF
- MacAvery K., E. (2010). *Ethics: A Graphic Designer's Field Guide*. Recuperado de <http://www.ethicsingraphicdesign.org/field-guide/>
- MacAvery K., E. (2010). *Ethics in Graphic Design: A Call to Arms for an Undergraduate Course* [Tesis para obtener el grado de Maestría en Bellas Artes]. Estados Unidos de América: Savannah College of Art and Design. Recuperado de http://makinggood.ac.nz/media/1268/macaverykane_2010_thesis.pdf
- Maldonado, A. (2005). Comunidades epistémicas: Una propuesta para estudiar el papel de los expertos en la definición de políticas en educación superior en México. *Revista de la Educación Superior*, 34(134), 107-122.
- Margolin, V. (2009). El diseñador ciudadano. *FOROALFA*. Recuperado de <http://www.morfologiawainhaus.com/pdf/Margolin.pdf>
- Margolin, V. (2017). *Construir un mundo mejor: diseño y responsabilidad social*. México: Editorial Designio.
- Miller, C. (2017). Evolving Ethics in Design and Design Research. *Ethics in the Anthropology of Business: Explorations in Theory, Practice, and Pedagogy*, 87-103.
- Mitcham, C. (1995). *Ethics into design*. R. Buchanan, R. & V. Margolin, V.(Eds.). *Discovering design: explorations in design studies*, 173-189.
- Nini, P. (2004). In search of ethics in graphic design. *Voice: AIGA Journal of Design*, 16.
- Papanek, V. (1977). *Diseñar para el mundo real*. (2ª ed. en castellano). Barcelona, España: Pol-len edicions.

- Pelta, R. (2004). *Diseñar hoy: temas contemporáneos del diseño gráfico (1998-2003)*. Paidós.
- Pelta, R. (2011). De verde a sostenible. *Monográfica, revista temática de diseño, 1*. Recuperado de <http://www.monografica.org/01/Art%C3%ADculo/1236>
- Pelta, R. (2012a). Diseño y activismo. Un poco de historia. *Monográfica, revista temática de diseño, 2*. Recuperado de <http://www.monografica.org/02/Art%C3%ADculo/2909>
- Pelta, R. (2012b). First Things First Manifiesto. *Monográfica, revista temática de diseño, 2*. Recuperado de <http://www.monografica.org/02/Art%C3%ADculo/3398>
- Pelta, R. (2012c). Manifiesto First Things First 2000. *Monográfica, revista temática de diseño, 2*. Recuperado de <http://www.monografica.org/02/Art%C3%ADculo/3152>
- Polo, S. M. (2019). La responsabilidad ética. *Veritas, (42)*, 49-72. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-92732019000100049>
- Roberts, L. (2006). *GOOD: an introduction to ethics in Graphic Design: ethics of Graphic Design*. Reino Unido: Ava Publishing.
- Thackara, J. (2006). *In the bubble: Designing in a complex world*. Estados Unidos de América: MIT press.
- Victoria, R., Rubio, M., Santamaría, A. & Higuera, A. (2010). *La ética del Diseño: Hacia un sistema más sustentable y responsable*. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Ricardo_Victoria_Uribe/publication/274638707_La_etica_del_Disenio_Hacia_un_sistema_mas_sustentable_y_responsable/links/5524610c0cf2caf11bfcc72e.pdf
- Vilchis, E. L. (2015). Responsabilidad social del diseño. *Inventio, la génesis de la cultura universitaria en Morelos, 11(25)*, 5-11.
- Vilchis, E. L. (2016). *Diseño: universo de conocimiento Teoría general del Diseño*. México: Qartuppi, S. de R.L. de C.V. Recuperado de <http://www.qartuppi.com/2016/UNIVERSO.pdf>
- VITSOE. (2020). The power of good design, Dieter Rams's ideology, engraved within Vitsøe. Recuperado de <https://www.vitsoe.com/rw/about/good-design>
- Whitehouse, R. (1983). AIGA, Code of ethics and Professional Conduct for Graphic Designers. Recuperado de <http://ethics.iit.edu/codes/AIGA%201983.pdf>

 **Sobre la autora** *Gloria Guadalupe Vázquez Apodaca*

Es licenciada en Diseño Gráfico egresada de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, maestra en Estudios y Procesos Creativos en Arte y Diseño, egresada de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez y actualmente es estudiante del programa de Doctorado en Diseño de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, becaria CONACYT.

Es docente en la licenciatura en Diseño Gráfico y en la licenciatura en Publicidad en la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, desde 2015, así como en la Universidad La Salle, campus Chihuahua, del curso de Ética Publicitaria en la Maestría de Publicidad desde agosto de 2019. Además, es docente en la Universidad Regional del Norte desde junio del 2018, donde imparte clases de Mercadotecnia para la Licenciatura en Comercio Exterior e Ingeniería Industrial en Calidad y Productividad, así como en la Universidad de Durango, campus Ciudad Juárez, a partir del 2020 donde imparte la materia de Marketing Promocional.

Durante el 2010 y 2018, trabajó en la empresa Casillas Group como encargada del departamento de Diseño e Impresión, y en la agencia de publicidad Visual Promo, de 2008 a 2010, desempeñándose como diseñadora gráfica y realizando diversos trabajos relacionados con la impresión.

Métodos de aprendizaje en estudiantes de nuevo ingreso de la licenciatura en Diseño Gráfico de la UA de C

Learning methods in new students of the BA in Graphic Design at the UA de C

Adolfo Guzmán Lechuga
aguzman@uadec.edu.mx
Universidad Autónoma de Coahuila
Saltillo, Coahuila, México.

María del Socorro Gabriela Valdez Borroel
mvaldez@uadec.edu.mx
Universidad Autónoma de Coahuila
Saltillo, Coahuila, México
ORCID: 0000-0002-8627-0137

Recibido: 17 de septiembre de 2020
Aprobado: 01 de diciembre de 2020
Publicado: 01 de enero de 2021

Resumen

El trabajo presenta los resultados del estudio exploratorio realizado a los estudiantes de nuevo ingreso a la licenciatura en Diseño Gráfico (generación 2019) de la Escuela de Artes Plásticas (EAP) de la Universidad Autónoma de Coahuila (UA de C). Con un cuestionario, se recolectó información acerca de sus métodos de aprendizaje con el objetivo de conocer sus hábitos de estudio, estilo de aprendizaje (activo, reflexivo, teórico, pragmático) y el canal de percepción de preferencia (visual, auditivo, kinestésico), a fin de caracterizar a la generación y proponer apoyos pedagógicos institucionales y en el aula que mejoren el aprendizaje. De los resultados destaca que son pocos los estudiantes interesados en las habilidades de estudio. La mayoría no les da importancia, además de carecer de estrategias y técnicas de estudio, lo que genera un pobre desempeño académico que, a su vez, es causa de repitencia, deserción y frustración. El estudio identificó el estilo de aprendizaje reflexivo como dominante, así como el canal visual como el preferido, el cual tiene relación con el área de estudio, el diseño gráfico. Con esta información, se abren posibilidades para plantear ambientes y actividades que mejoren la enseñanza y el aprendizaje.

Palabras clave: Métodos de aprendizaje, hábitos de estudio, estilos de aprendizaje y canales de percepción

Abstract

The work presents the results of the study with an exploratory and especially qualitative approach, carried out on new students to the degree in Graphic Design (2019 generation) at the School of Plastic Arts (EAP) of the Autonomous University of Coahuila (UA de C). With a questionnaire, information was collected about their learning methods; with the aim of knowing their study habits, learning style (Active, Reflective, Theoretical, Pragmatic) and the preferred perception channel (Visual, Auditory, Kinesthetic), in order to characterize the generation and propose institutional pedagogical supports and classroom that enhance learning. From the results, it stands out that few students are interested in study skills. Most do not give importance to them, they lack study strategies and techniques. This is the cause of repetition, desertion and frustration, due to poor academic performance. The study identified the Visual channel as the preferred one and its relationship with the study area, graphic design, as well as the Reflective learning style as dominant, with this opening possibilities to propose an environment and activities that improve teaching and learning.

Keywords: Learning methods. Study habits. Learning styles. Perception channels

◆ Introducción

Conocer los hábitos de estudio (HE), estilos de aprendizaje (EA) y canales de percepción (CP) que caracterizan a los estudiantes de nuevo ingreso de la EAP, será de suma utilidad para sus directivos y docentes, pues solo diagnosticando estos aspectos, se estará en posibilidades de ofrecer los apoyos académicos institucionales y en el aula pertinentes, a fin de fortalecer los procesos y las herramientas con las que se mejore el aprendizaje.

Montes (2012) y otros autores, suponen que es casi una regla que en todos los niveles de enseñanza los hábitos de estudio son escasos y por ello prevalece el bajo rendimiento estudiantil. Según Montes, ello se debe a los siguientes factores:

No usar adecuadamente el tiempo, la ausencia de técnicas para comprender lo que se lee, el no saber tomar apuntes o la incapacidad para hacer esquemas caracterizaría a los alumnos con mal desempeño. Todo esto, estaría incrementando el desaliento y la frustración en quienes no experimentan progresos académicos (p. 98).

Contar con estrategias y técnicas de estudio será fundamental para incorporar saberes y mejorar el rendimiento académico en el estudiante. Conocer los EA supone un conocimiento de los procesos mentales de cada uno, ello permite utilizar el estilo adecuado para cada área, proyecto o tarea, asegurando que el aprendizaje sea eficiente. Bajo la idea de una correlación entre los EA y áreas específicas de estudio, una de las preguntas de este estudio, es si la personalidad del individuo tiene un papel determinante en las formas de aprender, y por tanto, en los hábitos que practican. Por otro lado, según el área de estudio se espera que habrá una preferencia por aprender con métodos particulares. En el caso de los estudiantes de diseño gráfico, se espera que haya un EA y un canal de percepción que predomine en ellos.

Los resultados de este estudio serán significativos para las autoridades y el cuerpo docente de la EAP, porque permiten conocer e identificar en la generación de nuevo ingreso los HE, EA y CP. Caracterizar a la generación de nuevo ingreso es un buen predictor de situaciones de fracaso o éxito en los estudiantes. Es el punto de partida para proponer apoyos pedagógicos que faciliten procesos de enseñanza significativa, asociando contenidos previos con los nuevos, así como tomar medidas

que subsanen deficiencias localizadas, sobre todo, las que elevan las tasas de reproprobación, repitencia y deserción. Para la caracterización propuesta en este estudio, se plantearon los objetivos de:

- ❖ Conocer y caracterizar los hábitos de estudio de los estudiantes de nuevo ingreso a la licenciatura de Diseño Gráfico de la UA de C.
- ❖ Identificar y caracterizar el estilo de aprendizaje (Activo, Reflexivo, Teórico, Pragmático) que predomina en los estudiantes de nuevo ingreso a la licenciatura de Diseño Gráfico de la UA de C.
- ❖ Identificar y caracterizar el canal de percepción de preferencia (Visual, Auditivo, Kinestésico) de los estudiantes de nuevo ingreso a la licenciatura de Diseño Gráfico de la UA de C.

❖ Antecedentes

Los HE son la conducta que un estudiante repite de manera sistematizada para integrar nuevo conocimiento a su estructura cognitiva. Puede ser aprendida o desarrollada de manera autónoma a partir de los resultados que el estudiante experimenta en cuanto a su aprendizaje y a su rendimiento académico. Hay motivación para realizarla y técnicas que la facilitan. Algunos estudios muestran una relación directa entre los HE y el rendimiento académico. Torres, Tolosa, Urrea y Monsalve (2009) en el estudio: Hábitos de estudio vs. Fracaso académico, realizado en Bogotá Colombia, articularon estrategias de apoyo aplicando el instrumento “Inventario de hábitos de estudio” a los estudiantes de una de las asignaturas con mayor fracaso académico. Los resultados sugieren que si el estudiante es apoyado con estrategias pedagógicas, su proceso de aprendizaje se verá fortalecido, sobre todo en las asignaturas con mayor fracaso académico. Para un buen desempeño académico será necesario desarrollar en el estudiante HE apropiados. En este sentido, es tarea de la institución y del docente proponer estrategias y técnicas para que el estudiante descubra lo que le funciona para mejorar su aprendizaje. Escalante, Escalante, Linzaga y Merlos (2008), con el estudio: Comportamiento de los estudiantes en función a sus hábitos de estudio, evaluaron los HE en los estudiantes de la carrera de Ingeniero Agrónomo Zootecnista del Centro de Estudios Profesionales del Colegio Superior Agropecuario del Estado de Guerrero (CEP-CSAEGRO). El estudio abordó las variables: Estrategias de Higiene (EH), Condición de Materiales (CM), Estrategias de Estudio (EE) y Capacidad de Estudio (CE). Los resultados expusieron que el rendimiento académico se ubicó en los mínimos aprobatorios a razón de que en relación con las EH: los estudiantes no duermen bien, hay poco ejercicio físico, mala alimentación y no tienen descansos. En cuanto a la CM: no tienen un lugar fijo para estudiar o un espacio especial de estudio; no cuentan con todos los materiales y libros para estudiar; el lugar donde viven lo comparten con otras personas, por tanto, hay ruido. Una gran mayoría tiene un empleo de medio tiempo

para ayudarse en sus estudios. En lo que respecta a las EE: no siguen un horario para estudiar; pocos estudian de dos a tres horas diarias; casi nadie estudia las asignaturas del día siguiente y pocos consultan en un diccionario las palabras que no entienden. En cuanto a la CE: no pueden evitar las distracciones; pocos consultan a sus profesores cuando no entienden algo; necesitan muchos repasos para aprender de memoria; pocos llegan a clase preparados; pocos estudian sin interrupciones, pocos hacen un resumen de lo estudiado. A lo expuesto, cabe agregar que en el rendimiento académico del estudiante existen múltiples factores sociales o personales, de estos últimos, los motivacionales como la actitud hacia el estudio son esenciales por su capacidad de impulsar la práctica de los HE y vencer las adversidades. Según Credé et al. (citado por Andrade, Facio, Quiroz, Alemán, Flores y Rosales, 2018), distintos estudios:

han dividido a los factores que determinan el rendimiento escolar en factores no académicos, como el estrato socioeconómico y el estado nutricional, y factores académicos, como la inteligencia, las habilidades metacognitivas, las estrategias de aprendizaje, los hábitos de estudio, la motivación y la actitud hacia el estudio (p. 344).

Andrade et al., (2018), en el estudio: Actitud, hábitos de estudio y rendimiento académico: abordaje desde la Teoría de la Acción Razonada, realizado con los estudiantes de la licenciatura en enfermería de una universidad privada de la ciudad de Torreón Coahuila, analizan la correlación entre HE y un cuestionario de evaluación de actitudes frente al aprendizaje. Según los resultados, los factores personales están fuertemente relacionados con los HE, así que “una actitud adecuada ante el estudio podría ser el factor que enlaza varios motivadores y que estimula al estudiante a buscar y generar buenas estrategias de aprendizaje y hábitos adecuados de estudio” (p. 345). El hallazgo principal bajo la Teoría de la Acción Razonada (TAR) fue que, si un estudiante decide estudiar, es porque tiene una buena actitud, la cual según Ortega Ruíz (1986 citado en Rojas, Méndez y Rodríguez, 2012), se define por las disposiciones mentales que adopta el estudiante en los procesos de aprendizaje y la incidencia de estos ante distintas situaciones de la vida social.

Esa disposición estimula sus HE y en consecuencia mejora su rendimiento académico. Una mala actitud no solo es indisposición mental para el aprendizaje y por tanto, limitada capacidad para afrontar situaciones de la vida, es más compleja que eso; hay que considerar las condiciones del proceso de educación, trayectoria escolar, experiencias, motivaciones y sobre todo, los factores individuales y de personalidad del individuo. Para Andrade et al (2018), aquel estudiante con una actitud negativa hacia el estudio:

No generará hábitos adecuados de estudio, pues no estaría motivado para generarlos. Si de manera externa se le enseñan hábitos adecuados de estudio a un estudiante con una actitud

negativa (como sucede actualmente en las Universidades a través de cursos extracurriculares y tutorías), estos podrán tener éxito, pero con una frecuencia menor que en el caso de estudiantes con actitudes positivas al estudio (p. 348).

El estudio de la TAR confirma una correlación directa entre una buena actitud hacia el estudio y su repercusión en la práctica de los HE y el rendimiento académico. Enríquez, Fajardo y Garzón (2015), en el artículo: Una revisión general a los hábitos y técnicas de estudio en el ámbito universitario, exponen que los estudiantes no saben estudiar o carecen de habilidades que les ayuden a potenciar su aprendizaje. Asumiendo que desconocen su EA y por tanto, no tienen hábitos y técnicas de estudio, se infiere que no se dará el aprendizaje significativo ni tampoco la apropiación del conocimiento, lo que resultará en un bajo rendimiento académico. Los HE deben practicarse durante toda la vida educativa del individuo. Su formación debe ser una responsabilidad tripartita: institución, docente y estudiante. Enríquez et al., (2015) sugieren que para evitar situaciones de fracaso académico y personal, es necesaria una intervención adecuada, en donde el estudiante, con apoyo del docente, desarrolle mejores hábitos y técnicas de estudio, a fin de hacer del aprendizaje una experiencia significativa. Según Enríquez et al (2015), algunas de las acciones que generan efectos positivos son:

Aumentar la cantidad de material que se puede aprender en una unidad de tiempo, reducir el número de repeticiones hasta su asimilación, reducir el tiempo que podría dedicarse a una tarea específica, distribuir el tiempo entre las diversas actividades, establecer momentos para el descanso, disminuir los niveles de estrés y ansiedad que pueden generar el desarrollo de determinadas actividades, evitar que se acumule trabajo para el final de la jornada o el periodo, y dedicar tiempo a otras actividades de interés (p. 171).

La implementación de los HE, a nivel orgánico, da eficacia a los esfuerzos realizados, se ejecutan con mayor rapidez y menor fatiga, ello se traduce en productividad. A nivel psicológico, la repetición de un acto deriva en su perfección, ello da una sensación de satisfacción y placer. Según Enríquez et al., (2015), los aspectos orgánico y psicológico generan en el estudiante que practica los HE confianza y seguridad en sí mismo, aspectos fundamentales para desarrollar de manera voluntaria la disciplina que requiere el estudiar.

◆ Estilos de aprendizaje

La literatura que aborda los EA en el ambiente educativo es amplia. Al hacer una revisión de la misma, se localizan una serie de modelos que explican cómo se aprende. Los más relevantes son los siguientes: Dunn y Dunn (1974), Kolb (1976), Honey y Mumford (1986), Cuadrantes Cerebrales (1982), Programación Neurolingüística (1982), Inteligencias

Múltiples (1983), Felder y Silverman (1988), Elvira Popescu (2008), Cuestionario Difuso Basado en Felder y Soloman (2016). De igual modo, la definición para los EA es amplia. Silva (2018) refiere según su criterio, que las definiciones que destacan son las de: Reinert (1976), quien dice que es la aptitud, talento o “programación” de cada individuo para recibir, comprender, memorizar y utilizar la nueva información. La de Riechmann (1979), con una perspectiva actitudinal, los define como un conjunto de comportamientos y actitudes que se adoptan según el contexto de aprendizaje. La de Hunt (1979), para quien son las mejores condiciones educativas donde un estudiante logra aprender. En épocas recientes García Cué (2006 citado en Silva, 2018), ha agregado a lo propuesto por los autores antes mencionados, que los EA son:

Rasgos cognitivos, afectivos, fisiológicos, de preferencias por el uso de los sentidos, ambiente, cultura, comportamiento, comodidad, desarrollo y personalidad que sirven como indicadores relativamente estables de cómo las personas perciben, interrelacionan y responden a sus ambientes de aprendizaje y a sus propios métodos o estrategias en su forma de aprender (p. 37).

Contribuyendo a la definición hecha por Cué, es conveniente referir lo señalado por Romo, López y López (2006), para quienes los EA: “tratan de cómo la mente procesa la información, de cómo es influenciada por las percepciones de cada individuo, todo con la finalidad de lograr aprender eficazmente” (p. 2). Este proceso visto como estilo de aprendizaje, según Marín (2002, citado por Álvarez, 2009), puede observarse en situaciones específicas, como el aula, en donde hay una organización y control de las estrategias para la apropiación del conocimiento. Cabe hacer notar su diferencia con los estilos cognitivos, los cuales son procesos mentales que organizan y controlan la apropiación del conocimiento. Según Keefe (1998, citado por Álvarez, 2009), los estilos de aprendizaje: “son los rasgos cognitivos, afectivos y fisiológicos, que sirven como indicadores relativamente estables, de cómo los discentes perciben, interaccionan y responden a sus ambientes de aprendizaje” (p. 2). Esta definición confirma que existen distintos factores que determinan el cómo se aprende, por tanto, no vale decir que solo hay una manera de aprender. Al respecto, Madrid y col. (2009, citados por Acevedo y Rocha, 2000), proponen que hay estudiantes de carreras pertenecientes a distintas áreas, que presentan diferencias significativas entre sí, en cuanto a los estilos de aprendizaje en relación con la carrera que estudian. Más aún, Cano y Justicia (citado por Acevedo y Rocha, 2000), determinaron una correlación significativa entre los estilos/estrategias de aprendizaje entre los grupos de estudiantes de alto y bajo rendimiento. Aunque también existe la correlación entre los estilos de aprendizaje y áreas específicas de estudio. Acevedo y Rocha (2000), en el estudio realizado con los estudiantes de la carrera de Ingeniería Civil Biomédica, determinaron la existencia de un predominio por el estilo de análisis lógico, racional y objetivo; los estudiantes basaban su aprendizaje en teorías y modelos que explicaran los fenómenos. Cabe decir que

no se pretende etiquetar a los estudiantes por su área, sugiriendo: “tu eres activo y no reflexivo, o tu eres teórico y no puedes ser pragmático”. La personalidad del estudiante y su área de estudio sugieren una predisposición por un EA, e incluso la preferencia por un CP. Sobre la preferencia para percibir, referimos el modelo propuesto por Honey y Mumford (1986), basado en el modelo de Kolb y retomado por Silva (2018) (Ver Figura 1). El cuadro muestra las características de cada estilo de aprendizaje: activo, reflexivo, teórico y pragmático. El modelo junto con los resultados de la encuesta fue considerado para determinar los EA que predominan en la muestra de este estudio.

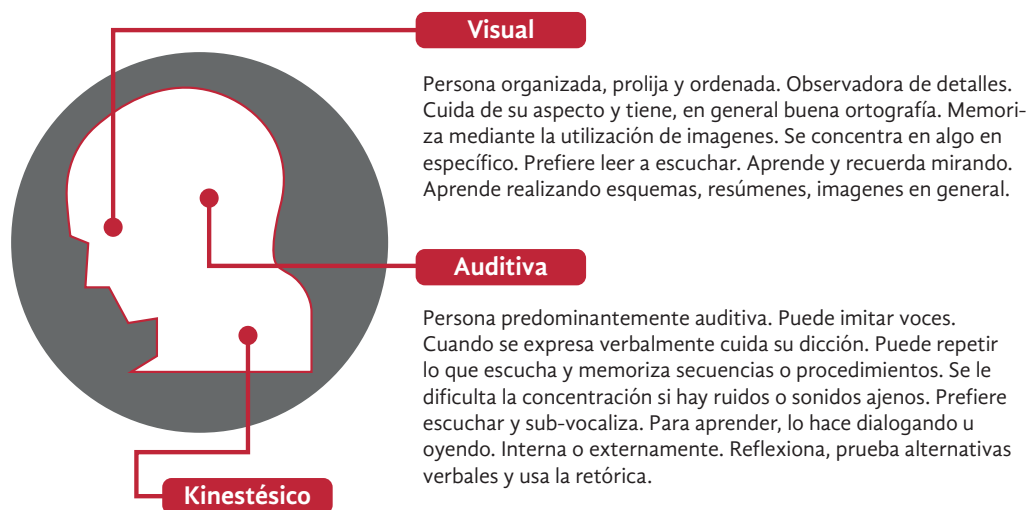


Figura 1. Modelo de Honey y Mumford (1986), basado en el modelo de Kolb. Fuente: Gráfico de Adolfo Guzmán. basado en Silva, 2018.

❖ El docente y los estilos de aprendizaje

Es una responsabilidad de los docentes y estudiantes conocer e identificar los EA, más aún, lograr explotarlos dentro de las aulas. Por lo general, los estudiantes llegan a las aulas sin consciencia de que tienen una forma particular de aprender, es decir, un EA y preferencia por un CP aunque también los hay conscientes de ello. Es conveniente reflexionar acerca de estos aspectos de su personalidad. Identificar su EA y CP les permite potenciarlos. Los docentes deben ser los motivadores de ese reconocimiento, porque según Álvarez (2009):

Un profesor diseña, planifica y ejecuta un determinado proceso de enseñanza en el aula. El rendimiento académico de los alumnos está relacionado con el estilo de aprendizaje y el estilo de enseñanza del

profesor de manera que existe una correlación positiva entre la coincidencia de estilos y la mejora del rendimiento académico (p. 1).

Conocer los EA y su conexión con los CP amplía en el estudiante las posibilidades de un aprendizaje significativo. Inculcar las técnicas y estrategias de estudio propician el desarrollo de HE que mejoren el rendimiento académico. Según Álvarez (2009), será de trascendencia que el docente adapte su estrategia de enseñanza y la estrategia de aprendizaje del estudiante, de esta manera conseguirá un aprendizaje significativo de contenidos, haciendo de la transmisión de conocimiento un proceso con efectividad. Ortiz y Aguilera (2005, citados por Escalona, Vilchis, Flores, Flores y Villagrán, 2019), refieren que los docentes tienen limitaciones teóricas y didácticas para realizar con eficacia el proceso de enseñanza-aprendizaje. Ante ello, recomiendan poner atención en los EA de los estudiantes con el propósito de diseñar e implementar estrategias didácticas con las que se logre un proceso de enseñanza y aprendizaje eficaz. Tomar en cuenta los EA permite proponer actividades adecuadas para resolver problemas en los que intervienen la forma de pensar, percibir y recordar. Escalona et al. (2019) refieren que según el modelo Dunn Dunn, al haber una correspondencia entre la forma de enseñanza y el EA del estudiante, surgirá el aprovechamiento de las actividades académicas y mejorará la actitud del estudiante.

Adaptar la enseñanza a los EA implica una dificultad para el docente, sin embargo, con el paso del tiempo, esta será superada. Para Felder (1996, citado por Escalona, et al, 2019), independientemente del EA que domina en un grupo, es recomendable que el docente promueva el uso de los EA de preferencia de los estudiantes, sin descartar usar los menos preferidos. La razón es que para un desempeño efectivo dentro de cualquier profesión, se requiere del uso de todos los EA. Si el docente promueve solo aquellos que son los menos preferidos, el estudiante rechazará la enseñanza, estará a disgusto y sin disposición para el aprendizaje. De otro modo, si el docente promueve solo los EA de preferencia del estudiante, este no logrará desarrollar los recursos que se estimulan con los otros EA.

◆ Técnicas de estudio

Los HE están apoyados en técnicas de estudio, las cuales funcionan como herramientas lógicas y estratégicas que facilitan el aprendizaje. Estas deben ser aprendidas y practicadas por el estudiante de manera continua y sostenida en su formación. Como herramientas y estrategias se complementan y se puede echar mano de ellas según la actividad. Según Gutiérrez (2008 citado por Enríquez et al., 2015), “percibir, observar, interpretar, analizar, estrategias de elaboración, estrategias de organización, comparar, expresar, retener, sintetizar, deducir, generalizar, evaluar y comprender, son operaciones cognitivas específicas e indispensables en el proceso de aprendizaje; facilitan la concentración, memoria y atención” (p. 174). Para Enríquez et al. (2015), algunas de

estas técnicas de estudio destacan en el ambiente universitario; las más populares son: el mapa conceptual, mapa mental, cuadro de llaves, repetición oral, etc. Las más usadas a nivel licenciatura son: subrayado, notas al margen, resumen, síntesis, esquema, fichaje, toma de apuntes. La efectividad de las técnicas de estudio depende de la ejecución del estudiante, cualquiera es efectiva si se toman ciertas consideraciones al aplicarlas como: el conocimiento en la forma y método de aprendizaje, eliminar distractores, disposición para estudiar, tiempo, etc.

Los HE y las técnicas de estudio apoyan la efectividad del aprendizaje, mejoran el desempeño académico e inciden de manera positiva en otros aspectos de la vida del estudiante. Según Enríquez et al (2015), estos aspectos son: “la autoestima, la autoimagen, el autoconcepto, la autoeficacia, la motivación, las habilidades sociales, la estabilidad y manejo del mundo emocional; así como factores familiares, económicos, políticos o biológicos (salud del estudiante)” (p. 183). Los HE, EA y CP son temas de trascendencia, van más allá del ¿cómo? y ¿qué? se aprende. Son temas del ámbito académico, pero tienen repercusión en otros aspectos de la vida que hacen que un individuo se perciba feliz o infeliz.

Según Juárez, Rodríguez, Escoto y Luna (2016), una cantidad importante de estudios ha identificado a las estrategias y los estilos de aprendizaje como las dos variables principales para lograr un aprendizaje eficiente. Para Fuentes (2003 citado por Juárez et al., 2016), las estrategias de aprendizaje deben considerarse como un plan de acción flexible con metas muy definidas, orientadas a formas definidas de pensar, percibir y procesar la información, es decir, hacia EA de aprendizaje y CP. Un ejemplo de ello es el estudio de Manzano e Hidalgo (2009 citado por Juárez et al., 2016) el cual indagó en las relaciones entre los EA y el uso de estrategias de lectura en lengua extranjera en Cuba, resultando que los estilos pragmático y reflexivo se asocian con estrategias de lectura, las cuales influyeron en el rendimiento académico. Otro ejemplo es el estudio de Guanipa y Mogollón (2006 citado por Juárez et al., 2016). En él, se aplicó a los estudiantes de una universidad de Venezuela un inventario de EA, que los clasifica en cuatro dimensiones bipolares (activos - reflexivos, sensitivos - intuitivos, visuales - verbales y secuenciales - globales) El estudio concluyó que el grupo, además de las estrategias ya implementadas, generó otras cuatro. Estos resultados demuestran que si un estudiante con un EA definido es estimulado con estrategias adecuadas, profundizará en la actividad y desarrollará su propio conocimiento. Juárez et al., (2016) señalan que los resultados en distintas investigaciones coinciden en que los estudiantes de alto rendimiento tienen conocimiento de las asignaturas, planifican su tiempo para estudiar, además de identificar cuándo y cómo hicieron bien las actividades académicas y por ello, no esperan la calificación del docente. Para Gallego y Pozo (2007, 2002 citados en Juárez, Rodríguez, Escoto y Luna, 2016), en el proceso de enseñanza, la implementación de las estrategias debe considerar, además del EA del estudiante, las técnicas (tomar notas, subrayar, elaborar resúmenes, hacer esquemas o

mapas, entre otras) que son parte fundamental de la operatividad de las estrategias. La combinación de ambas tiene su importancia en cómo se hace y no necesariamente en el por qué se hace. Se debe estar atento a cuando un procedimiento tiene un propósito técnico y cuando es parte de una estrategia orientada por un estilo de aprendizaje definido.

❖ Canales de percepción

No existen dos individuos iguales en ningún sentido. Somos seres irrepetibles y únicos. No habrá dos personas que respondan de la misma forma a una misma situación. Es algo que los docentes deben tener muy claro, en el aula no habrá dos estudiantes que aprendan igual. Según Fariñas (1995 citado por Acevedo y Rocha, 2011), “el carácter irrepetible de la persona, que cada uno de nuestros alumnos tiene, define una forma propia de aprender, un potencial singular de desarrollo, de naturaleza eminentemente motivacional en la que inciden significativamente las preferencias personales” (p. 72). La forma de aprender es tan singular como la personalidad única de cada individuo. Las investigaciones acerca de las formas de aprender muestran una pluralidad en los métodos y estrategias. Algunos estudios exponen una disposición interna o tendencia por cierto estilo de aprendizaje, el cual se relaciona con el área de estudio y que eventualmente repercutirá en el rendimiento académico. Aceptando que cada estudiante posee una personalidad propia y eso lo hace único, se puede sugerir que existen tantos EA como personalidades. Ante la diversidad, algunos estudiosos del tema han intentado agrupar los estilos. La propuesta más aceptada según Jiménez (2004), incluye tipologías de personalidad, procesamiento de información y modelos multidimensionales. Estos modelos centrados en las aplicaciones educativas permiten al docente utilizar métodos y estrategias de enseñanza con las preferencias de estilo del estudiante. Uno de los modelos que aporta a los EA es el de Rita Dunn y Keneth Dunn, quienes enfatizan que los canales de percepción visual, auditivo y kinestésico (VAK) son determinantes en la forma en que nuestro cerebro recibe la información para el aprendizaje, y que alguno dominará sobre los otros. Según el modelo Dunn Dunn (1978, citado en Maureira, Gómez, Flores, Ferro y Aguilera, 2012):

La representación visual es como el proceso de pensar en imágenes, lo que permite absorber más información en menos tiempo; la representación auditiva como el proceso de internalizar la información mediante la escucha, siendo secuencial y ordenada; la representación kinestésica como el proceso de adquirir información mediante las sensaciones y movimientos (pp. 406-407).

Este modelo considera que los canales actúan como precursores del desarrollo de los EA. En una estrategia de aprendizaje se deben considerar, ya que tendrán una repercusión importante en cómo aprende el estudiante y en los hábitos que practica para ello. Se espera que exista preferencia por un canal que facilite los procesos cognitivos del aprendizaje.

Según Meza y Gómez (2008 citado por Maureira et al., 2012), existen algunas características generales para los estudiantes que tienen preferencia por algún canal, por ejemplo:

Los estudiantes visuales poseen una conducta organizada, ordenada, observadora y tranquila; su aprendizaje se basa en lo que ven, piensan en imágenes. Los estudiantes auditivos poseen facilidad de palabra, aprenden lo que oyen, le gustan los diálogos, recuerdan lo que escuchan y piensan en sonidos. Los estudiantes kinestésicos aprenden con lo que tocan, lo que hacen y con sus sensaciones, sus recuerdos son generales, almacenan información mediante la memoria muscular (p. 407)..

Según Dunn y Dunn (1978, citado por Maureira et al., 2012), los estudiantes que utilizan el canal de percepción Visual, tienen la posibilidad de captar una mayor cantidad de datos y manejar más información. Para estos autores, los estudiantes en una etapa universitaria son en su mayoría visuales, esa capacidad les permite visualizar y planificar de una manera abstracta. Aquí la representación gráfica del VAK con sus características (Ver Figura 2).

1.- Activo (Kolb llamo Convergente)	2.- Reflexivo (Kolb llamo Asimilador)	3.- Teórico (Kolb llamo Divergente)	4.- Pragmático (Kolb llamo Acomodador)
<ul style="list-style-type: none"> ● Dispuestos a vivir nuevas experiencias ● Mente abierta ● Dispuestos a nuevas tareas ● Entusiastas ● Trabajan en grupo ● Se involucran en los asuntos de los demás ● Animadores ● Improvisadores ● Arriesgados ● Espontáneos ● Innovadores ● Divertidos ● Participativos ● Descubridores y generadores de ideas 	<ul style="list-style-type: none"> ● Observan desde diferentes perspectivas ● Analizan antes de concluir ● Consideran todas las alternativas ● Receptivos ● Analíticos ● Observadores ● Recopiladores ● Argumentadores ● Asimiladores ● Lentos ● Prudentes 	<ul style="list-style-type: none"> ● Adaptan todas las observaciones dentro de una teoría lógica ● Perfeccionistas en su trabajo ● Integran los hechos coherentemente ● Analíticos ● Sintetiza la información ● Metódicos ● Lógicos ● Observadores ● Críticos ● Estructuradores ● Buscan preguntas, hipótesis y modelos 	<ul style="list-style-type: none"> ● Descubren el aspecto positivo de las nuevas ideas ● Actúan rápidamente ● Seguros ● Crean ideas novedosas ● Experimentadores ● Prácticos ● Directos

Figura 2. Características de los canales de percepción

Fuente: Escobar, 2010 con base en la teoría de Dunn y Dunn, 1978 (citado por Gamboa, Briceño y Camacho, 2015). Gráfico de Adolfo Guzmán

❖ Método

En el presente estudio, se adoptó un enfoque exploratorio. Se recolectaron datos para el apartado de Análisis de la población, de la Fundamentación para la Reforma Curricular (2020) de la EAP. Se generó un cuestionario en la aplicación de formularios de Google que constó de 60 reactivos distribuidos en las siguientes variables: Condición familiar, Área personal, Condición socioeconómica, Conocimientos previos de la Licenciatura en Diseño Gráfico, Hábitos de vida y Métodos

de aprendizaje. El estudio consideró únicamente los 14 reactivos de la última variable, con una escala de medición ordinal de 0 a 10 para que los participantes asignaran valor a las respuestas relacionadas con sus métodos de aprendizaje (Ver Figura 3). El análisis de los datos se llevó a cabo separándolos en grupos según su grado de valor asignado por los participantes, con los mismos intervalos: 0 sin valor, 1-4 poco valor, 5-7 valor medio, 8-10 valor alto. La aplicación del cuestionario se realizó por vía digital, de manera sincrónica y en las instalaciones de la escuela, bajo las mismas condiciones. La población total fue de 35 candidatos a ingresar a la licenciatura (generación 2019), con un rango de edad de 16 a 26 años.

Resultados

Los resultados del estudio arrojan que la moda de edad de los participantes fue de 17 años, edad cercana al término de la adolescencia y en la que, según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2020), se vive un ritmo acelerado de cambios físicos, psicológicos y biológicos, con los que se experimentan conductas de confusión, mala adaptación, dificultad en las relaciones interpersonales así como confusión en el proceso de autoconocimiento. Hay susceptibilidad al consumo de sustancias, mal manejo de la sexualidad y dificultad en la toma de decisiones relacionadas con uno mismo, con el comportamiento y futuro profesional. Con este marco psicológico y biológico, se presenta el valor que los estudiantes otorgaron a las preguntas del cuestionario.

Alto valor	Medio valor	Poco valor		Estilo de aprendizaje	Canal perceptual
91%	9%	0%	1. ¿En qué medida consideras adquirir habilidades adecuadas al estudio?	Reflexivo	Kinestésico
54%	34%	12%	2. ¿En periodo de exámenes o entregas finales organizas un plan para estudiar o realizar los trabajos y obtener las mejores notas posibles?	Teórico	Visual
49%	37%	14%	3. ¿Durante tus sesiones de estudio para exámenes o la realización de trabajos tomas descansos?	Teórico	Kinestésico
66%	20%	14%	4. ¿Creas apuntes o ejercicios propios para los exámenes o practicar habilidades?	Activo	Visual
46%	26%	28%	5. ¿Examinas si tu forma de aprendizaje o estudio esta siendo la adecuada?	Reflexivo	Auditiva
52%	37%	11%	6. ¿El conocimiento que obtienes en las clases lo aplicas a problemas reales?	Pragmático	Kinestésico
51%	40%	9%	7. ¿Superas los obstáculos para obtener las calificaciones más altas?	Pragmático	Visual
60%	29%	11%	8. ¿Tus hábitos de estudio o de trabajo han sido el factor determinante para lograr los mejores resultados?	Teórico	Kinestésico
66%	26%	8%	9. ¿Si obtienes una calificación baja en un examen o en un trabajo te esfuerzas más y le pides ayuda al maestro, tutor o compañero?	Activo	Auditiva
29%	51%	20%	10. ¿Escuchas con cuidado mientras tomas notas en clase y las revisas dentro de las 24 horas siguientes?	Reflexivo	Auditiva

68%	26%	6%	11. ¿Asistes a clase preparado ya sea con el material solicitado, repaso del tema o preguntas?	Reflexivo	Visual
63%	29%	8%	12. ¿Encuentras tiempo para estudiar o realizar tareas?	Pragmático	Visual
20%	43%	37%	13. ¿Puedes concentrarte en tus estudios cuando es necesario y no distraerte fácilmente?	Pragmático	Auditiva
69%	20%	11%	14. ¿En qué medida consideras importante el aprendizaje en pares?	Reflexivo	Auditiva

Figura 3. Tabla de resultados con sus reactivos y grupos de valor.
Fuente: Gráfico de Adolfo Guzmán

Entre los encuestados, 91% le asignó un valor alto a contar con habilidades para estudiar. De ello se infiere que existe entre ellos consciencia de los beneficios de los HE para el aprovechamiento académico. Por otro lado, 9% le dio valor medio, de lo cual se infiere que quizá para este grupo no exista claridad sobre los beneficios de los HE en relación con el aprovechamiento académico.

El 54% de los participantes le asignó un valor alto a su práctica de organizar un plan para estudiar en periodos de exámenes o entregas finales con la intención de obtener las mejores notas posibles. En cambio, 34% le dio valor medio y 12%, valor bajo. De estos resultados se infiere que en el segundo y tercer grupo, existen deficiencias para organizar y plantear una estrategia de estudio.

El 49% de los participantes le asignó un valor alto a tomar descansos durante sus sesiones de estudio o trabajo. Por otro lado, 37% le dio valor medio y 14%, valor bajo. De sus respuestas se infiere que desconocen esta técnica de estudio y realizan largas jornadas de trabajo poco efectivas para el aprendizaje, lo que probablemente esté vinculado a la tendencia a preparar exámenes o entregas sin un plan organizado.

El 66% de los participantes le asignó un valor alto a tomar apuntes o realizar ejercicios como forma de estudio o práctica de habilidades, mientras que 20% le dio valor medio y el 14% le asignó un valor bajo.

El 46% de los encuestados le asignó un valor alto a la práctica de examinar si su forma de aprendizaje (estilo de aprendizaje y canal de percepción) ha sido la adecuada. En cambio, 26% le asignó valor medio y 28%, valor bajo. De ello se infiere que los encuestados del segundo y tercer grupo quizá desconocen los factores que influyen en su aprendizaje, como son los hábitos y técnicas de estudio, los EA y los CP.

El 52% de los participantes le asignó un valor alto a la aplicación del conocimiento que obtienen en la escuela a problemas reales. De ello se infiere que este grupo de participantes encuentra significado en la aplicación del conocimiento que adquiere. Por otra parte, 37% le dio un valor medio y el 11%, valor bajo.

El 51% de los encuestados le asignó un valor alto a sus habilidades para superar los obstáculos que le impiden obtener las calificaciones más altas, mientras que 40% le dio valor medio y 9%, valor bajo. De ello se infiere que posiblemente existan limitaciones para el segundo y tercer grupo en su capacidad para manejar las adversidades. El origen de esas limitaciones puede ser variado, como poca motivación, baja autoestima o limitaciones económicas.

El 60% de los participantes les asignó un valor alto a sus hábitos de estudio o trabajo como el factor determinante para lograr los mejores resultados, mientras que 29% les dio un valor medio y 11%, un valor bajo. De ello se infiere que los primeros, han experimentado resultados satisfactorios aplicando HE o técnicas de estudio, es decir, saben del impacto de estos en el aprendizaje, aunque ello no es garantía de que sean hábitos instalados.

El 66% de los encuestados le asignó un valor alto a la estrategia de solicitar la ayuda de un maestro, tutor o compañero ante las bajas calificaciones. En cambio, 26% le dio valor medio y 8%, valor bajo. De sus respuestas se infiere que el primer grupo tiene la consciencia de que esforzarse y pedir ayuda, son necesarios para mejorar las calificaciones.

El 29% de los encuestados le asignó un valor alto a la estrategia de escuchar la clase con atención, tomar notas y revisarlas dentro de las 24 horas siguientes. En cambio, 51% le dio un valor medio y el 20%, un valor bajo. De ello se infiere que entre los participantes existe un escaso conocimiento de estos hábitos y técnicas de estudio, lo que probablemente sea un factor vinculado a la repitencia, el bajo rendimiento académico e incluso, la deserción, provocados por el pobre aprovechamiento académico.

El 68% de los participantes le asignó un valor alto a asistir a clase preparados: con el material solicitado, el repaso del tema o con preguntas sobre este. En cambio, 26% le dio valor medio y 6%, valor bajo.

El 63% de los encuestados le asignó un valor alto a su práctica de dedicar tiempo a estudiar o realizar trabajos, mientras que 29% le dio valor medio y 8%, valor bajo. De ello se infiere que en el primer grupo existe consciencia de que se requiere tiempo para las actividades escolares, pues de ello dependerá el aprovechamiento académico.

El 20% de los participantes le asignó un valor alto a su habilidad para concentrarse para estudiar y evitar distracciones. En cambio, el 43% le dio valor medio y el 37%, valor bajo. De ello se infiere que, como tendencia, existen serias dificultades entre los participantes para eliminar los distractores. El asunto es de relevancia alta si se considera que dicha habilidad es fundamental para lograr un aprendizaje efectivo.

El 69% de los encuestados le asignó un valor alto al aprendizaje entre pares, mientras que 20% le dio valor medio y 11%, poco valor. De ello

se infiere que el aprendizaje entre pares tiene relevancia para la mayor parte de los encuestados. Es una práctica cotidiana entre los estudiantes que se da en las aulas y pasillos, de manera sencilla y con un lenguaje coloquial. Sin embargo, es una práctica poco explotada en las instituciones, vista con poca credibilidad y seriedad.

◆ Resultados acerca de los estilos de aprendizaje

Al relacionar el máximo valor otorgado a las preguntas con las características para los estilos de aprendizaje propuestas por Kolb y retomadas por el modelo de Money y Mumford (1986), se observó que, entre los encuestados, destaca en primer lugar el estilo reflexivo. Las personas que lo poseen se caracterizan por los siguientes rasgos: consideran alternativas, son observadores, analíticos, receptivos y lentos. En segundo lugar, se encuentra el estilo pragmático. Las personas que cuentan con este estilo se caracterizan por los siguientes rasgos: actúan rápidamente, son prácticos y directos. En tercer lugar, aparece el estilo teórico. Quienes lo poseen, cuentan con los siguientes rasgos: adaptan las observaciones a una teoría, sintetizan la información y buscan modelos. En un cuarto lugar, se encuentra el estilo activo. Las personas que tienen este estilo de aprendizaje se caracterizan por los siguientes rasgos: cuentan con mente abierta, se involucran en los asuntos de los demás y son improvisadores.

Resultados sobre los canales de percepción

Al relacionar el máximo valor otorgado a las preguntas con las características de los canales de percepción del modelo de Escobar 2010 (citado por Gamboa, et al, 2015), se observó que entre los participantes destaca en primer lugar el canal visual. Las personas que son predominantemente visuales cuentan con los siguientes rasgos: son organizadas, observan detalles, se concentran en algo específico, prefieren la lectura, aprenden y recuerdan mirando. En segundo lugar y en la misma proporción, aparecieron entre los encuestados el canal auditivo y el canal kinestésico. Para quienes el canal auditivo es el predominante, sus rasgos son los siguientes: memorizan secuencias o procedimientos, tienen dificultad para concentrarse si hay ruido, aprenden dialogando o escuchando, son reflexivos. Por último, las personas cuyo canal de percepción predominante es el kinestésico, cuentan con las siguientes características: expresan lo que sienten, utilizan la expresión verbal, aprenden manipulando, experimentando, haciendo y sintiendo.

Discusión

La muestra caracteriza a una población en un momento específico en aspectos que tienen repercusión en el proceso de enseñanza-aprendizaje, y sobre los que se ofrece evidencia que podría ser utilizada para resolver situaciones recurrentes en cuanto al aprovechamiento y rendimiento académico. Un primer elemento para ello es tomar en cuenta

los cambios físicos, psicológicos y biológicos por los que pasa el estudiante promedio al ingresar a la licenciatura. Un resultado que presenta semejanzas con otros estudios es que hay estudiantes que tienen algún conocimiento sobre los hábitos y las técnicas de estudio, y sin embargo, poco o nada los practican. La mayoría desconoce su EA y su CP principal, esto habla del bajo nivel de autoconocimiento y de las pocas herramientas con que cuentan para hacerse responsables por su propio aprendizaje, con las consecuencias que ello acarrea: la repitencia y la frustración por no lograr progresos académicos, que desembocan en la deserción. Los docentes pueden mitigar estas situaciones identificando los EA y los CP principales, ello les permite preparar actividades para fortalecer tanto la enseñanza como el aprendizaje. Lo ha dicho Álvarez (2009), es necesario que el profesor prepare actividades para el aula, pues, “el rendimiento académico que manifiestan los alumnos está relacionado con el EA y el estilo de enseñanza del profesor, de manera que existe una correlación positiva entre la coincidencia de estilos y la mejora del rendimiento académico” (p.1). Conocer e identificar los EA y CP de los estudiantes permite al docente reforzar los hábitos y técnicas de estudio, a fin de reducir la incidencia de las siguientes prácticas: no organizar un plan, no asignar un tiempo para estudiar, no tener un espacio físico para estudiar o hacer trabajos, hacer largas jornadas de trabajo sin tomar descansos, prepararse con el mínimo de tiempo de anticipación para los exámenes o las entregas finales. El estudio de Torres, Tolosa, Urrea y Monsalve (2009): Hábitos de estudio vs. Fracaso académico, guarda semejanza con lo mencionado; propuso un apoyo con estrategias pedagógicas para fortalecer el proceso de aprendizaje en las asignaturas de mayor fracaso académico. Otro resultado de relevancia, por su cercanía con otros estudios, es el relacionado con los aspectos motivacionales del estudiante, los cuales se ven afectados por los cambios físicos, psicológicos y biológicos, que le hacen experimentar, mala adaptación, dificultad en las relaciones interpersonales y en el autoconocimiento. Además de la dificultad para tomar decisiones relacionadas con sí mismo, su comportamiento y su futuro profesional. En esta situación los componentes en la personalidad de un estudiante tendrán un papel de trascendencia, ya que alentarán sus acciones para superar las condiciones de desventaja no académicas como las descritas por Credé et al. (citado por Andrade et al., 2018): “el estrato socioeconómico y el estado nutricional, y factores académicos, como la inteligencia, las habilidades metacognitivas, las estrategias de aprendizaje, los hábitos de estudio, la motivación y la actitud hacia el estudio” (p. 344). Por ello, según Enríquez et al. (2015), los factores personales son tan determinantes como los aspectos académicos. “La autoestima, la autoimagen, el autoconcepto, la autoeficacia, la motivación, las habilidades sociales, la estabilidad y manejo del mundo emocional; así como factores familiares, económicos, políticos o biológicos (salud del estudiante)” (p. 183). Lo mencionado, también es semejante a los resultados del estudio: Actitud, hábitos de estudio y rendimiento académico: abordaje desde la Teoría de la Acción Razonada de Andrade (2018), el cual muestra que los aspectos personales tienen una estrecha relación con los hábitos de

estudio, se dice que “una actitud adecuada ante el estudio podría ser el factor que enlaza varios motivadores y que estimula al estudiante a buscar y generar buenas estrategias de aprendizaje y hábitos adecuados de estudio” (p. 345). Una actitud positiva abre alternativas ante la adversidad, una actitud negativa impide superar los obstáculos. Habrá que revisar que la rigidez curricular y académica no considere los aspectos emocional y espiritual. En las instituciones de educación son casi inexistentes como aspectos formativos.

Un resultado en el presente estudio que se replica en casi todo ambiente educativo, son las dificultades para concentrarse y la facilidad para distraerse que experimentan los encuestados; con esos impedimentos, el aprovechamiento del tiempo es mínimo y la productividad también lo es. Si se toma en consideración lo expuesto, la constante en las deficiencias de los estudiantes es no contar con hábitos ni técnicas de estudio adecuadas como: estudiar un mayor material en menos tiempo, reducir el tiempo dedicado a una tarea específica, distribuir el tiempo en varias tareas, tomar descansos, combinar actividades que reduzcan el estrés y la ansiedad, además de que sean de interés, no acumular trabajo ni realizar largas jornadas de trabajo. Esas deficiencias, a nivel psicológico generan una sensación de insatisfacción e inseguridad, tal es el caso del conocimiento que obtienen en las aulas, el cual no siempre es aplicado a problemas reales. Ello es consecuencia del mal desempeño académico, que a su vez está relacionado con el mal uso y distribución del tiempo, no comprender lo que se lee, no tomar apuntes y no repasar las lecciones. Esto impide que un estudiante encuentre significado a lo que aprende y logre aplicarlo. No encontrar sentido de aplicación genera frustración y desánimo.

Es significativo que el canal de preferencia sea visual, lo que confirma la correlación con el área de estudio, que es altamente visual. Ello tiene relación con la afirmación de Maureira et al. (2012), para quienes “los estudiantes visuales poseen una conducta organizada, ordenada, observadora y tranquila; su aprendizaje se basa en lo que ven, piensan en imágenes” (p. 407). De igual modo, el modelo Dunn y Dunn (1978), propone a la imagen como el medio de aprendizaje que permite absorber más información en menos tiempo. En cuanto al predominio del estilo de aprendizaje reflexivo, es relevante conocerlo, pues según Keefe (citado por Álvarez, 2009), es conveniente porque así conoceremos: “los rasgos cognitivos, afectivos y fisiológicos que sirven como indicadores relativamente estables, de cómo los discentes perciben, interaccionan y responden a sus ambientes de aprendizaje” (p. 3). La identificación del estilo ofrece una caracterización de la personalidad, y por tanto, una comprensión de las formas de aprender, ello permite utilizar métodos pedagógicos propios del estilo en las estrategias de enseñanza. Un resultado significativo que puede convertirse en una línea de investigación es el alto valor asignado por los participantes al aprendizaje entre pares, el cual permite superar obstáculos y lograr mejores calificaciones. Este aprendizaje constituye una situación recurrente; es inmediato, sin formalidad. Es una

práctica cotidiana que poco se explota como estrategia, pues su marco informal le resta credibilidad institucional. Poco se reflexiona sobre sus efectos para el aprendizaje del estudiante de hoy en día.

◆ Conclusiones

Considerando que la moda en la edad fue de 17 años, se infiere que los cambios físicos, psicológicos y biológicos de esta etapa, pueden guardar alguna relación a nivel de la consciencia sobre las conductas relacionadas con los HE, EA y CP.

Los estudiantes no consideran los HE como un factor determinante para lograr mejores resultados. No poseen o desestiman los HE. Desconocen las técnicas de escuchar la clase, tomar notas y revisarlas, concentrarse para estudiar y no distraerse, así como asistir preparados con previo repaso del tema.

La mayoría de los estudiantes no examina su forma de estudio ni los factores que influyen en su aprendizaje, como son los hábitos y técnicas de estudio, los EA y los CP.

La mayoría de los estudiantes no usa estrategias y técnicas de estudio: no organiza su tiempo, realiza jornadas de trabajo sin descansos, se prepara poco para los exámenes, no realiza apuntes, no sabe manejar la adversidad, no pide ayuda, no logra concentrarse ni eliminar los distractores.

La caracterización de la nueva generación, con predominio de un EA reflexivo y el CP visual, permite proponer estrategias y técnicas que mejoren la enseñanza y el aprendizaje.

El estudio de una generación de nuevo ingreso en la EAP establece las bases para un trabajo continuo de identificación de las deficiencias y fortalezas en los HE, EA y CP.

La modalidad del aprendizaje entre pares, puede ser una estrategia confiable; eliminando su marco de informalidad, puede ser de valor en estos tiempos de aprendizaje por vía remota y del e-learning.

El desconocimiento de los HE, EA y CP por parte los docentes y los estudiantes, es un factor que contribuye al pobre desempeño académico y que genera frustración, repitencia y deserción escolar.

Los resultados del estudio serán significativos para las autoridades de la EAP, pues les permitirán ofrecer apoyos pedagógicos diseñados a partir de un inventario de hábitos, el cual se aplique a cada nueva generación de manera general o en las asignaturas de mayor fracaso. ●

Referencias

- Acevedo Pierart, C. G. y Pavés, F. R. (2011). Estilos de aprendizaje, género y rendimiento académico. *Revista de Estilos de Aprendizaje*, 4(8), 71-84. <http://revistaestilosdeaprendizaje.com/article/view/937>
- Álvarez, J. (2009). Los estilos de aprendizaje en la enseñanza. *Temas para la Educación*. (5), Artículo 89. <https://www.feandalucia.ccoo.es/andalucia/docu/p5sd6252.pdf>
- Andrade-Valles, I., Facio-Arciniega, S., Quiroz -Guerra, A., Alemán-de la Torre, L., Flores-Ramírez, M. y Rosales-González, M. (2018). Actitud, hábitos de estudio y rendimiento académico: Abordaje desde la teoría de la acción razonada. *Enfermería Universitaria*. 15(4),342-351. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3587/358758714003>
- Escalante, L., Escalante, Y., Linzaga, C. y Merlos, M. (2008). Comportamiento de los estudiantes en función a sus hábitos de estudio. *Actualidades Investigativas en Educación*. 8(2),1-15. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44713044012>
- Escalona M., Vilchis M., Flores R., Flores M. y Villagrán M. (2019). Identificación de estilos de aprendizaje en las carreras de Cirujano Dentista y Técnico Superior Universitario de la Facultad de Odontología. UAEM. *Repositorio Institucional de la Universidad Autónoma del Estado de México*. <http://hdl.handle.net/20.500.11799/104796>
- Enríquez, M., Fajardo M. y Garzón, F. (2015). Una revisión general a los hábitos y técnicas de estudio en el ámbito universitario. *Psicogente*, 18(33),166-187. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=497551992015>
- Gamboa, C., Briceño, J. y Camacho, J. (2015). Caracterización de estilos de aprendizaje y canales de percepción de estudiantes universitarios. *Opción*, 31(3), 509-527. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31045567026>
- Juárez C., Rodríguez G., Escoto M. y Luna E. (2016). Relación de los estilos y estrategias de aprendizaje con el rendimiento académico en estudiantes universitarios. *Revista de Estilos de Aprendizaje*, 9(17) 268-288. <http://hdl.handle.net/20.500.11799/65459>
- Maureira, F., Gómez, A., Flores, E. y Aguilera, J. (2012). Estilos de aprendizaje visual, auditivo o kinestésico de los estudiantes de educación física de la UISEK de Chile. *Revista Electrónica de Psicología Iztacala*, 15(2), 405-415. <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rep/rep/article/view/32359/0>
- Montes, I. (2012). Investigación longitudinal de los hábitos de estudio en una cohorte de alumnos universitarios. *Revista Lasallista de Investigación*, 9(1), 96-110. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69524955005>
- Romo, M., López, D., y López, I. (2006). ¿Eres visual, auditivo o kinestésico? Estilos de aprendizaje desde el modelo de la Programación Neurolingüística (PNL). *Revista Iberoamericana de Educación*, 38(2), 1-10. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1426780>

Silva, A. (2018). Conceptualización de los modelos de estilos de aprendizaje. *Revista de Estilos de Aprendizaje*, 11(8), 37-67. <http://revistaestilosdeaprendizaje.com/article/view/1088>

Torres, M., Tolosa, I., Urrea, M. y Monsalve, M. (2009). Hábitos de estudio vs. fracaso académico. *Revista Educación*, 33(2), 15-24. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44012058002>

Sobre los autores *Guzmán Lechuga Adolfo*

Doctor en Arquitectura, Diseño y Urbanismo por la UAEM., maestro en Artes Visuales, Comunicación y Diseño Gráfico por la Academia de San Carlos-UNAM y licenciado en Diseño Gráfico por la FAD-UNAM.

Miembro del cuerpo académico Expresión Visual de la Escuela de Artes Plásticas “Rubén Herrera” de la UA de C. Líneas de investigación: cultura visual, así como educación integral y diseño. Profesor de las materias de Taller de Investigación y Producción I y II.

Valdez Borroel María del Socorro Gabriela

Maestra en Metodología de la Investigación por la UA de C y licenciada en Diseño de la Comunicación Gráfica por la FAD-UNAM.

Miembro del cuerpo académico Expresión Visual de la Escuela de Artes Plásticas “Rubén Herrera” de la UA de C. Líneas de investigación: cultura visual, así como educación integral y diseño. Profesora de las materias de Teoría y Percepción del Color, Envase y Embalaje y Factores Económicos para el Diseño.

ZINCO  GRAFÍA

AÑO 5 No. 9 ENERO A JUNIO 2021