

# La Sociedad Red del Siglo XXI y el Diseño Gráfico: la Universidad Iberoamericana Puebla, su propuesta y sus implicaciones en la práctica profesional según alumnos, profesores y egresados

Tiburcio García, Carmen

2015-03-13

---

<http://hdl.handle.net/20.500.11777/581>

<http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf>



**LA SOCIEDAD RED DEL SIGLO XXI Y EL DISEÑO GRÁFICO:  
LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA PUEBLA, SU PROPUESTA  
Y SUS IMPLICACIONES EN LA PRÁCTICA PROFESIONAL SEGÚN  
ALUMNOS, PROFESORES Y EGRESADOS**

**Carmen Tiburcio García.**

**Asesores: Dr. Marco Antonio Delgado Fuentes**

**Dra. Patricia Espinosa Gómez**

# ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

# **ANTECEDENTES DEL PROBLEMA**

**Llegada de la imprenta a México situada en 1539.**

# **ANTECEDENTES DEL PROBLEMA**

**Llegada de la imprenta a México situada en 1539.**

**Desenvolvimiento de la actividad al servicio de la publicidad a finales del siglo XIX.**

# **ANTECEDENTES DEL PROBLEMA**

**Llegada de la imprenta a México situada en 1539.**

**Desenvolvimiento de la actividad al servicio de la publicidad a finales del siglo XIX.**

**Diseño Gráfico como PROFESIÓN a partir de 1968.**

# **ANTECEDENTES DEL PROBLEMA**

**Llegada de la imprenta a México situada en 1539.**

**Desenvolvimiento de la actividad al servicio de la publicidad a finales del siglo XIX.**

**Diseño Gráfico como PROFESIÓN a partir de 1968.**

**Hasta los años ochenta del siglo XX se desarrollan paralelamente dos actividades que atienden al mismo mercado.**

# ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

**Llegada de la imprenta a México situada en 1539.**

**Desenvolvimiento de la actividad al servicio de la publicidad a finales del siglo XIX.**

**Diseño Gráfico como PROFESIÓN a partir de 1968.**

**Hasta los años ochenta del siglo XX se desarrollan paralelamente dos actividades que atienden al mismo mercado.**

**Se genera una conceptualización social confusa sobre el quehacer del diseño gráfico que se centra en la actividad de la graficación.**

# **Autores del gremio del diseño**

# **Autores del gremio del diseño**

**Soluciona problemas, centrado en el usuario  
con base en resultados (Frascara, 2004).**

# **Autores del gremio del diseño**

**Soluciona problemas, centrado en el usuario  
con base en resultados (Frascara, 2004).**

**Diseño global (Costa, 2010).**

# **Autores del gremio del diseño**

**Soluciona problemas, centrado en el usuario con base en resultados (Frascara, 2004).**

**Diseño global (Costa, 2010).**

**Cuatro descubrimientos del siglo XX (Buchanan y Margolín, 1995).**

# **Autores del gremio del diseño**

**Soluciona problemas, centrado en el usuario con base en resultados (Frascara, 2004).**

**Diseño global (Costa, 2010).**

**Cuatro descubrimientos del siglo XX (Buchanan y Margolín, 1995).**

**Central en la vida diaria.**

# **Autores del gremio del diseño**

**Soluciona problemas, centrado en el usuario con base en resultados (Frascara, 2004).**

**Diseño global (Costa, 2010).**

**Cuatro descubrimientos del siglo XX (Buchanan y Margolín, 1995).**

**Central en la vida diaria.**

**Trabaja con el significado y la interpretación de las culturas.**

# **Autores del gremio del diseño**

**Soluciona problemas, centrado en el usuario con base en resultados (Frascara, 2004).**

**Diseño global (Costa, 2010).**

**Cuatro descubrimientos del siglo XX (Buchanan y Margolín, 1995).**

**Central en la vida diaria.**

**Trabaja con el significado y la interpretación de las culturas.**

**Disciplina y método.**

# **Autores del gremio del diseño**

**Soluciona problemas, centrado en el usuario con base en resultados (Frascara, 2004).**

**Diseño global (Costa, 2010).**

**Cuatro descubrimientos del siglo XX (Buchanan y Margolín, 1995).**

**Central en la vida diaria.**

**Trabaja con el significado y la interpretación de las culturas.**

**Disciplina y método.**

**Domina los principios y valores que construyen los medios de comunicación visual.**

# ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

**Revolución tecnológica digital gestada en la década de los años 70 del siglo XX.**

# **ANTECEDENTES DEL PROBLEMA**

**Revolución tecnológica digital gestada en la década de los años 70 del siglo XX.**

**1. Coloca al alcance de cualquiera dispositivos digitales que rompen cierto monopolio de los diseñadores.**

# **ANTECEDENTES DEL PROBLEMA**

**Revolución tecnológica digital gestada en la década de los años 70 del siglo XX.**

**1. Coloca al alcance de cualquiera dispositivos digitales que rompen cierto monopolio de los diseñadores.**

**2. Surgen escuelas técnicas.**

# **ANTECEDENTES DEL PROBLEMA**

**Revolución tecnológica digital gestada en la década de los años 70 del siglo XX.**

- 1. Coloca al alcance de cualquiera dispositivos digitales que rompen cierto monopolio de los diseñadores.**
- 2. Surgen escuelas técnicas.**
- 3. Surge la web 2.0 que conecta sin intermediarios a todo el planeta.**

# **ANTECEDENTES DEL PROBLEMA**

**Revolución tecnológica digital gestada en la década de los años 70 del siglo XX.**

- 1. Coloca al alcance de cualquiera dispositivos digitales que rompen cierto monopolio de los diseñadores.**
- 2. Surgen escuelas técnicas.**
- 3. Surge la web 2.0 que conecta sin intermediarios a todo el planeta.**
- 4. Genera una sociedad red cuya caracterización es radicalmente distinta a la de la era industrial.**

# Diversidad de conceptualizaciones/objetivaciones sobre DG

# Diversidad de conceptualizaciones/objetivaciones sobre DG

**Sociedad**

# Diversidad de conceptualizaciones/objetivaciones sobre DG

**Sociedad**

**Gremio de diseño**

# Diversidad de conceptualizaciones/objetivaciones sobre DG

**Sociedad**

**Gremio de diseño**

**Universidad**

# Diversidad de conceptualizaciones/objetivaciones sobre DG

**Sociedad**

**Gremio de diseño**

**Universidad**

**Modificación del contexto social del ejercicio profesional.**

**Pasa de la era industrial a la era red (impactado por las TIC)**

# SUPUESTOS

# SUPUESTOS

**1. Existe un desfase entre la formación de DG en las IES de México y las necesidades, retos y oportunidades que la sociedad red del siglo XXI –impactada por las TIC– tiene de estos profesionales.**

# **SUPUESTOS**

**1. Existe un desfase entre la formación de DG en las IES de México y las necesidades, retos y oportunidades que la sociedad red del siglo XXI –impactada por las TIC– tiene de estos profesionales.**

**2. El desarrollo de esta profesión se ha dado sin una comprensión profunda del cambio actual en el contexto red donde se desenvuelve el ejercicio profesional del diseño gráfico.**

# PROBLEMA

**El desfase en la respuesta a las necesidades, retos y oportunidades que el contexto social red del siglo XXI impactado por las TIC, presenta al ejercicio profesional del diseño gráfico en México.**

# ELEMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

# ELEMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

## **Sociedad red del siglo XXI**

**Presenta necesidades,  
retos y oportunidades  
al ejercicio profesional  
del diseño gráfico**

# ELEMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

## **Sociedad red del siglo XXI**

Presenta necesidades,  
retos y oportunidades  
al ejercicio profesional  
del diseño gráfico

## **Universidad**

Objetiva la profesión  
de acuerdo con las necesidades  
y retos que considera que la  
sociedad presenta al ejercicio  
profesional del diseño gráfico  
(influenciada por el gremio)

# ELEMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

## **Sociedad red del siglo XXI**

Presenta necesidades,  
retos y oportunidades  
al ejercicio profesional  
del diseño gráfico

## **Universidad**

Objetiva la profesión  
de acuerdo con las necesidades  
y retos que considera que la  
sociedad presenta al ejercicio  
profesional del diseño gráfico  
(influenciada por el gremio)

## **Diseñadores**

Alumnos y egresados  
que crean su propia  
conceptualización  
de la profesión

# ELEMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

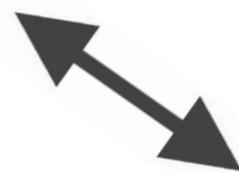
## Sociedad red del siglo XXI

Presenta necesidades, retos y oportunidades al ejercicio profesional del diseño gráfico



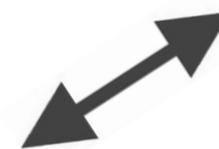
## Universidad

Objetiva la profesión de acuerdo con las necesidades y retos que considera que la sociedad presenta al ejercicio profesional del diseño gráfico (influenciada por el gremio)



## Diseñadores

Alumnos y egresados que crean su propia conceptualización de la profesión



# PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

**Ante los inminentes cambios del contexto social mexicano a partir de la Revolución Tecnológica de la últimas décadas del siglo XX y de las discusiones históricas sobre la naturaleza de la profesión:**

**¿De qué manera responde la Universidad Iberoamericana Puebla –formadora de diseñadores gráficos– a las necesidades, los retos y las oportunidades que la sociedad red del siglo XXI tiene del y para ejercicio profesional del diseño gráfico en México, a través de sus egresados titulados.**

# OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN

**Comprender algunos rasgos tanto del contexto social red del ejercicio laboral del diseñador gráfico del siglo XXI, como del perfil profesional del diseñador gráfico pertinente a dicho contexto en y desde Puebla, México.**

# ¿Cómo la universidad objetiva al DG?

¿Cómo la universidad objetiva al DG?

**OBJETIVACIÓN DE LA REALIDAD**

# ¿Cómo la universidad objetiva al DG?

## **OBJETIVACIÓN DE LA REALIDAD**

De acuerdo con la sociología del conocimiento (Berger y Luckmann, 1995) la realidad se construye socialmente y se **objetiva** a través del lenguaje.

# ¿Cómo la universidad objetiva al DG?

## **OBJETIVACIÓN DE LA REALIDAD**

De acuerdo con la sociología del conocimiento (Berger y Luckmann, 1995) la realidad se construye socialmente y se **objetiva** a través del lenguaje.

**La objetivación** implica aceptar como real determinado conocimiento y concretarlo.

# ¿Cómo la universidad objetiva al DG?

## **OBJETIVACIÓN DE LA REALIDAD**

De acuerdo con la sociología del conocimiento (Berger y Luckmann, 1995) la realidad se construye socialmente y se **objetiva** a través del lenguaje.

La **objetivación** implica aceptar como real determinado conocimiento y concretarlo.

**Objetivación** sobre diseño gráfico de una Universidad se refiere a cómo se comprende, se asume como una realidad y se objetiva en su currículo.

# ¿Cómo la universidad objetiva al DG?

## **OBJETIVACIÓN DE LA REALIDAD**

De acuerdo con la sociología del conocimiento (Berger y Luckmann, 1995) la realidad se construye socialmente y se **objetiva** a través del lenguaje.

La **objetivación** implica aceptar como real determinado conocimiento y concretarlo.

**Objetivación** sobre diseño gráfico de una Universidad se refiere a cómo se comprende, se asume como una realidad y se objetiva en su currículo.

Dicha objetivación procede de la social en general (confusa, centrada en la actividad de graficación), de la del gremio (con mayores alcances) y de lo que perciben que la sociedad requiere de este profesional.

Caracterizar necesidades, retos y oportunidades del contexto social para el DG

# REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA GLOBALIZACIÓN

Manuel Castells

Imagen tomada de google imágenes

[Http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi](http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi)



Caracterizar necesidades, retos y oportunidades del contexto social para el DG

# REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA GLOBALIZACIÓN

Manuel Castells

## Espacio de flujos.

Imagen tomada de google imágenes

[Http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi](http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi)



Caracterizar necesidades, retos y oportunidades del contexto social para el DG

# REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA GLOBALIZACIÓN

Manuel Castells

**Espacio de flujos.**

**Geografía variable.**

Imagen tomada de google imágenes

[Http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi](http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi)



Caracterizar necesidades, retos y oportunidades del contexto social para el DG

# REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA GLOBALIZACIÓN

Manuel Castells

**Espacio de flujos.**

**Geografía variable.**

**Medios de comunicación.**

Imagen tomada de google imágenes

[Http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi](http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi)



Caracterizar necesidades, retos y oportunidades del contexto social para el DG

# REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA GLOBALIZACIÓN

Manuel Castells

**Espacio de flujos.**

**Geografía variable.**

**Medios de comunicación.**

**Autocomunicación de masas.**

Imagen tomada de google imágenes

[Http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi](http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi)



Caracterizar necesidades, retos y oportunidades del contexto social para el DG

# REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA GLOBALIZACIÓN

Manuel Castells

**Espacio de flujos.**

**Virtualidad real.**

**Geografía variable.**

**Medios de comunicación.**

**Autocomunicación de masas.**

Imagen tomada de google imágenes

[Http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi](http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi)



Caracterizar necesidades, retos y oportunidades del contexto social para el DG

# REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA GLOBALIZACIÓN

Manuel Castells

**Espacio de flujos.**

**Virtualidad real.**

**Geografía variable.**

**División internacional del trabajo.**

**Medios de comunicación.**

**Autocomunicación de masas.**

Imagen tomada de google imágenes

[Http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi](http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi)



Caracterizar necesidades, retos y oportunidades del contexto social para el DG

# REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA GLOBALIZACIÓN

Manuel Castells

**Espacio de flujos.**

**Virtualidad real.**

**Geografía variable.**

**División internacional del trabajo.**

**Medios de comunicación.**

**Globalización negativa.**

**Autocomunicación de masas.**

Imagen tomada de google imágenes

[Http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi](http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi)



Caracterizar necesidades, retos y oportunidades del contexto social para el DG

# REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA GLOBALIZACIÓN

Manuel Castells

**Espacio de flujos.**

**Virtualidad real.**

**Geografía variable.**

**División internacional del trabajo.**

**Medios de comunicación.**

**Globalización negativa.**

**Autocomunicación de masas.**

**Pobreza y exclusión.**

Imagen tomada de google imágenes

[Http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi](http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi)



# Sentido de lo **PROFESIONAL** en México

## SOCIOLOGÍA DE LAS PROFESIONES • 2 POSTURAS

- 1. El reconocimiento se da a través de las escuelas de elite que dotan de estatus a las ocupaciones (Europa).**
- 2. La distinción y posición en el mercado se obtiene mediante la "capacitación e identidad como ocupaciones particulares organizadas corporativamente, a las que les endosan conocimiento especializado (E.U. e Inglaterra)".**

# Sentido de lo **PROFESIONAL** en México

## SOCIOLOGÍA DE LAS PROFESIONES • 2 POSTURAS

**1. El reconocimiento se da a través de las escuelas de elite que dotan de estatus a las ocupaciones (Europa).**

**2. La distinción y posición en el mercado se obtiene mediante la "capacitación e identidad como ocupaciones particulares organizadas corporativamente, a las que les endosan conocimiento especializado (E.U. e Inglaterra)".**

**El diseño gráfico en México cumple con ambas perspectivas.  
Es validado como una profesión.**

# Sentido de lo **PROFESIONAL** en México

## SOCIOLOGÍA DE LAS PROFESIONES • 2 POSTURAS

**1. El reconocimiento se da a través de las escuelas de elite que dotan de estatus a las ocupaciones (Europa).**

**2. La distinción y posición en el mercado se obtiene mediante la "capacitación e identidad como ocupaciones particulares organizadas corporativamente, a las que les endosan conocimiento especializado (E.U. e Inglaterra)".**

**El diseño gráfico en México cumple con ambas perspectivas.  
Es validado como una profesión.**

**No es reconocido socialmente como tal.**

# MARCO CONTEXTUAL

**Universidad Iberoamericana Puebla.**

**Años: 2012/2013**

**Licenciatura: Diseño Gráfico**

**Plan de estudios: 2004 NEC**



imagen tomada de [www.iberopuebla.edu.mx](http://www.iberopuebla.edu.mx)

# MÉTODO

**Estudio de caso único (Neiman y Quaranta, 2007) porque se centra en un tema, e instrumental (Stake, 2010) constituido por un problema conceptual o empírico amplio, basado en la Teoría Autofundante desde el enfoque constructivista de Charmaz (2007).**

# MÉTODO

**Estudio de caso único (Neiman y Quaranta, 2007) porque se centra en un tema, e instrumental (Stake, 2010) constituido por un problema conceptual o empírico amplio, basado en la Teoría Autofundante desde el enfoque constructivista de Charmaz (2007).**

**Tema:** la conceptualización de la profesión de diseño gráfico por parte de los profesionales de la misma formados en una universidad mexicana.

**Problema conceptual amplio:** la relación que existe entre las necesidades y retos que la sociedad red del siglo XXI en México tiene del ejercicio profesional de los diseñadores gráficos, con la respuesta de una universidad que objetiva dicha profesión en su currículo, y la lectura que hacen de ésta los actores (alumnos y egresados principalmente).

# MÉTODO

**Estudio de caso único (Neiman y Quaranta, 2007) porque se centra en un tema, e instrumental (Stake, 2010) constituido por un problema conceptual o empírico amplio, basado en la Teoría Autofundante desde el enfoque constructivista de Charmaz (2007).**

**Tema:** la conceptualización de la profesión de diseño gráfico por parte de los profesionales de la misma formados en una universidad mexicana.

**Problema conceptual amplio:** la relación que existe entre las necesidades y retos que la sociedad red del siglo XXI en México tiene del ejercicio profesional de los diseñadores gráficos, con la respuesta de una universidad que objetiva dicha profesión en su currículo, y la lectura que hacen de ésta los actores (alumnos y egresados principalmente).

**Estudio flexible, interpretativo, cualitativo en tres fases**

# MÉTODO

**Teoría Autofundante desde el enfoque constructivista de Charmaz (2007).**

# MÉTODO

**Teoría Autofundante desde el enfoque constructivista de Charmaz (2007).**

**Matrices para analizar los datos obtenidos en cada una de las fases del estudio.**

# MÉTODO

**Teoría Autofundante desde el enfoque constructivista de Charmaz (2007).**

**Matrices para analizar los datos obtenidos en cada una de las fases del estudio.**

**Entre 3 y 5 modelos para cada fase.**

# MÉTODO

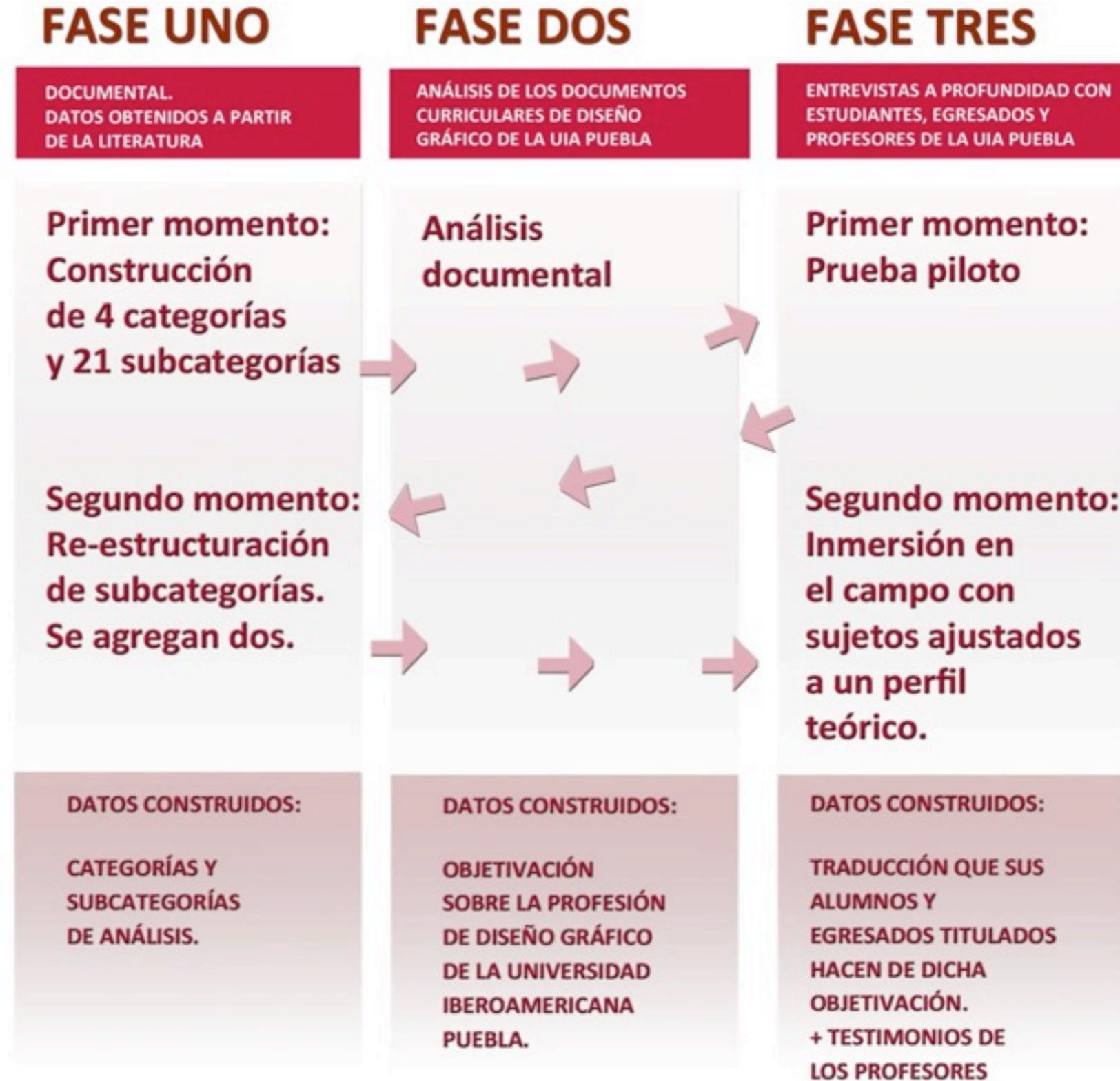
**Teoría Autofundante desde el enfoque constructivista de Charmaz (2007).**

**Matrices para analizar los datos obtenidos en cada una de las fases del estudio.**

**Entre 3 y 5 modelos para cada fase.**

**Total aproximado de 56 matrices de análisis de los datos.**

# FASES



# RESULTADOS

## FASE 1:

### **Categorías.**

Responden a los cambios generados en el contexto social de la era industrial a la digital.

# RESULTADOS

## FASE 1:

### Categorías.

Responden a los cambios generados en el contexto social de la era industrial a la digital.

**Categoría 1.** Cambios en las relaciones sociales de producción de diseño gráfico.

# RESULTADOS

## FASE 1:

### Categorías.

Responden a los cambios generados en el contexto social de la era industrial a la digital.

**Categoría 1.** Cambios en las relaciones sociales de producción de diseño gráfico.

**Categoría 2.** Cambios en las formas cada vez más dinámicas de construcción de la cultura y sus significados.

# RESULTADOS

## FASE 1:

### Categorías.

Responden a los cambios generados en el contexto social de la era industrial a la digital.

**Categoría 1.** Cambios en las relaciones sociales de producción de diseño gráfico.

**Categoría 2.** Cambios en las formas cada vez más dinámicas de construcción de la cultura y sus significados.

**Categoría 3.** Cambios en las dinámicas de la comunicación.

# RESULTADOS

## FASE 1:

### Categorías.

Responden a los cambios generados en el contexto social de la era industrial a la digital.

**Categoría 1.** Cambios en las relaciones sociales de producción de diseño gráfico.

**Categoría 2.** Cambios en las formas cada vez más dinámicas de construcción de la cultura y sus significados.

**Categoría 3.** Cambios en las dinámicas de la comunicación.

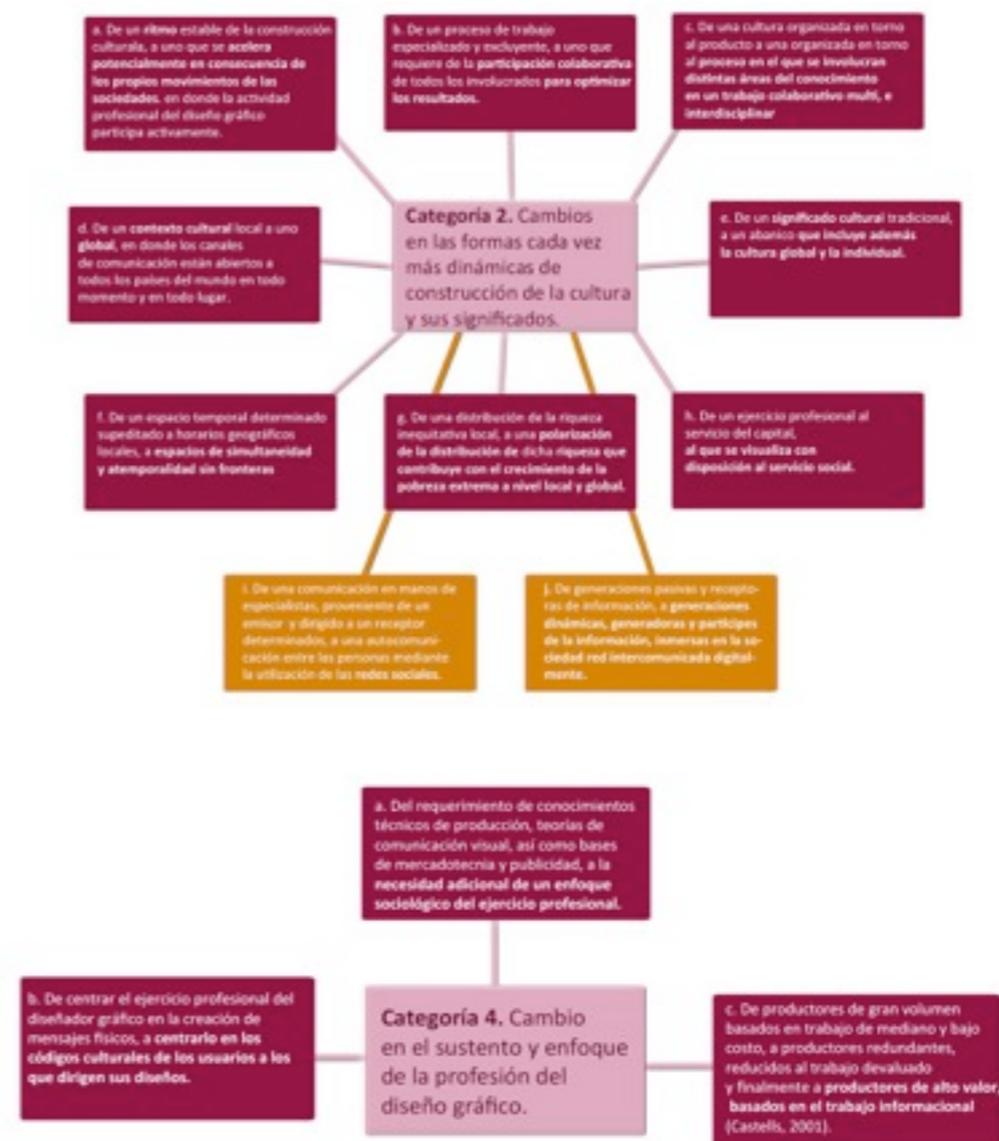
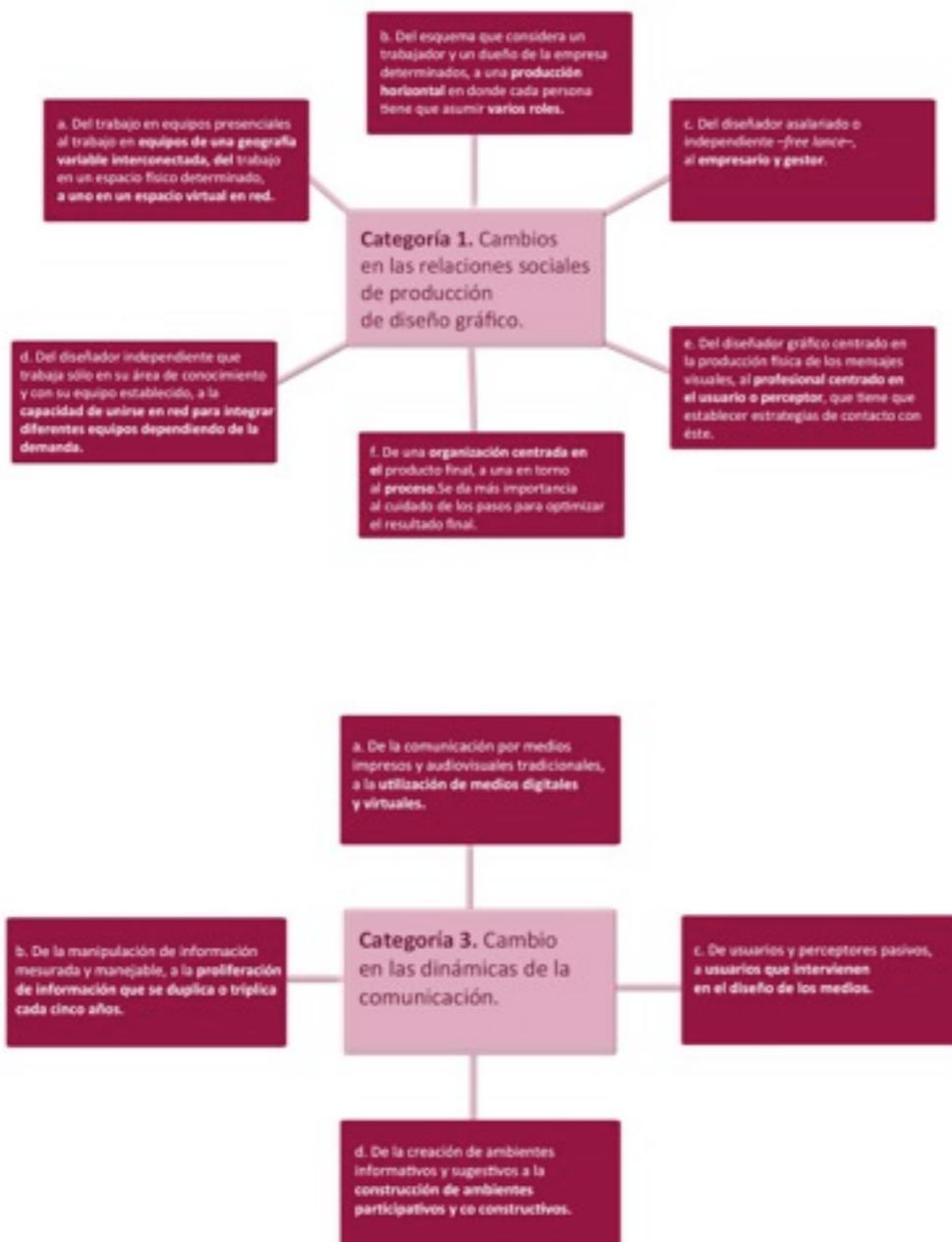
**Categoría 4.** Cambios en el sustento y enfoque de la profesión del diseño gráfico.

# RESULTADOS

## FASE 1:

### Categorías y subcategorías.

Responden a los cambios generados en el contexto social de la era industrial a la digital.



# RESULTADOS

## FASE 2:

**Análisis de la objetivación sobre diseño gráfico que tiene la Universidad Iberoamericana Puebla frente a categorías y subcategorías, a partir de 9 documentos curriculares.**

# RESULTADOS

## FASE 2:

**Análisis de la objetivación sobre diseño gráfico que tiene la Universidad Iberoamericana Puebla frente a categorías y subcategorías, a partir de 9 documentos curriculares.**

**Categoría 1. Coincidió con 4 de las 6 subcategorías.**

**Categoría 2. Coincidió con 7 de las 8 subcategorías.**

**Categoría 3. Coincidió con 1 de las 4 subcategorías.**

**Categoría 4. Coincidió con 1 de las 3 subcategorías.**

# RESULTADOS

## FASE 2:

**Análisis de la objetivación sobre diseño gráfico que tiene la Universidad Iberoamericana Puebla frente a categorías y subcategorías, a partir de 9 documentos curriculares.**

**Categoría 1. Coincidió con 4 de las 6 subcategorías.**

**Categoría 2. Coincidió con 7 de las 8 subcategorías.**

**Categoría 3. Coincidió con 1 de las 4 subcategorías.**

**Categoría 4. Coincidió con 1 de las 3 subcategorías.**

**13 de las subcategorías son pertinentes para explicar el contexto social del ejercicio profesional del diseño gráfico.**

# RESULTADOS

## **FASE 3 (prueba piloto):**

**Entrevistas a profundidad a 1 profesora, 4 egresados y 3 estudiantes. Total de 16 horas y 16 minutos de grabaciones, de las cuales 12 horas con 36 minutos se transcribieron textualmente y se analizaron en las matrices.**

**En segunda entrevista se validaron los análisis.**

## **Retorno al campo:**

**Entrevistas a profundidad a 3 profesores, 4 egresados y 2 estudiantes. Total de 16 horas y 39 minutos de grabaciones, de las cuales 13 horas con 41 minutos se transcribieron textualmente y se analizaron en las matrices.**

**En segunda entrevista se validaron los análisis.**

# RESULTADOS

## Estudiantes

**Coinciden en general con la objetivación de la universidad.**

**Reconocen su desfase en cuanto a los medios digitales y virtuales.**

# TESTIMONIO

## ALUMNA

**... sabe muchísimo de animación, de diseño Web y usa programas que yo por ejemplo no había escuchado ¿no?, esta persona está contratada en un lugar porque hace esto, y aparte hace otros trabajos de diseño ¿no? no sé, imagen corporativa, no sé, yo qué sé, pero desde mi punto de vista eso nos hace falta acá en la escuela, que nos den más de diseño Web, de animación, de todo ¿no?**

# RESULTADOS

## Egresados

**Reconocen que todas las subcategorías caracterizan al contexto social de su ejercicio profesional, aunque no todas describen rasgos de su perfil profesional al egresar de la universidad.**

# RESULTADOS

## Egresados

**Reconocen que todas las subcategorías caracterizan al contexto social de su ejercicio profesional, aunque no todas describen rasgos de su perfil profesional al egresar de la universidad.**

**las 21 subcategorías son pertinentes para explicar el contexto social del ejercicio profesional del diseño gráfico y se añaden 2 más.**

# TESTIMONIO

## EGRESADO:

**... me ha pasado que he tenido la oportunidad de desarrollar proyectos con personas que no están en México, por ejemplo con una chica que de manera muy extraña, con estas cosas de las nuevas tecnologías uno sube sus imágenes a estos portales y la gente los ve y te platican sobre lo que piensan. Conocí por ejemplo a una persona que es una artista y diseñadora de, estaba en ese entonces en Ámsterdam, o Italia, una cosa así, entonces empezamos a desarrollar un proyecto..., empezamos a desarrollar una serie de imágenes en conjunto. Con otra persona me pasó algo muy similar ¿no? pero que está creo que en Tailandia una cosa así ...**

# RESULTADOS

## Profesores

**Ratificaron la veracidad de todas las subcategorías que caracterizan al contexto social red del ejercicio profesional del DG en el siglo XXI en México.**

**No inciden en mayor grado en la formación de los estudiantes fuera de lo considerado en el currículo de la universidad.**

**Se evidenció que en algunos casos se ven rebasados por la tecnología y por los propios estudiantes y egresados.**

# RESULTADOS

## Profesores

**Ratificaron la veracidad de todas las subcategorías que caracterizan al contexto social red del ejercicio profesional del DG en el siglo XXI en México.**

**No inciden en mayor grado en la formación de los estudiantes fuera de lo considerado en el currículo de la universidad.**

**Se evidenció que en algunos casos se ven rebasados por la tecnología y por los propios estudiantes y egresados.**

**las 21 subcategorías son pertinentes para explicar el contexto social del ejercicio profesional del diseño gráfico y avalan las 2 adicionales.**

# TESTIMONIO

## PROFESOR:

**... pues fíjate que parte de las limitaciones que yo he sido consciente me detienen ¿no? en esta nueva experiencia de trabajo a distancia, son limitaciones que creo que no van a tener los chavos, pero depende mucho de su formación porque el reto mío ha sido el manejo de información, de un cúmulo de información que nunca antes tuve junta ¿no?, lo mismo las posibilidades que tienen estos nuevos medios, muchas que yo ni conozco...**

# RESPUESTA A LA PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

Ante los inminentes cambios del contexto social mexicano a partir de la Revolución Tecnológica de la últimas décadas del siglo XX y de las discusiones históricas sobre la naturaleza de la profesión:

**¿De qué manera responde la Universidad Iberoamericana Puebla –formadora de diseñadores gráficos– a las necesidades, los retos y las oportunidades que la sociedad red del siglo XXI tiene del y para ejercicio profesional del diseño gráficos en México, a través de sus egresados titulados.**

# RESPUESTA A LA PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

Ante los inminentes cambios del contexto social mexicano a partir de la Revolución Tecnológica de la últimas décadas del siglo XX y de las discusiones históricas sobre la naturaleza de la profesión:

**¿De qué manera responde la Universidad Iberoamericana Puebla –formadora de diseñadores gráficos– a las necesidades, los retos y las oportunidades que la sociedad red del siglo XXI tiene del y para ejercicio profesional del diseño gráficos en México, a través de sus egresados titulados.**

**Se considera una respuesta **parcial****

Responden a 12 de los 23 rasgos contenidos en las subcategorías que se considera que describen el contexto estudiado.

# OBJETIVO

**Comprender algunos rasgos tanto del contexto social red del ejercicio laboral del diseñador gráfico del siglo XXI, como del perfil profesional del diseñador gráfico pertinente a dicho contexto en y desde Puebla, México.**

**Son 21 rasgos los que caracterizan tanto al contexto social red del siglo XXI desde Puebla, México, como al perfil del diseñador gráfico pertinente para él.**

**Estos rasgos se desprenden de las 23 subcategorías que guiaron este trabajo y que conforman la matriz modelo que puede ser utilizada por cualquier universidad.**

# MATRIZ MODELO

Para se utilizada  
con base en el proceso  
metodológico de este trabajo

CATEGORIAS DE ANÁLISIS	SUBCATEGORIAS DE ANÁLISIS	
1. Cambios en las relaciones sociales de producción de diseño gráfico.	a. Del trabajo en equipos presenciales al trabajo en equipos de una geografía variable interconectada, del trabajo en un espacio físico determinado, a uno en un espacio virtual en red.	
	b. Del esquema que considera a un trabajador y a un dueño de la empresa determinados, a una producción horizontal en donde cada persona tiene que asumir varios roles.	
	c. Del diseñador asalariado o independiente –free lance–, al empresario y gestor.	
	d. Del diseñador independiente que trabaja sólo en su área de conocimiento y con su equipo establecido, a la capacidad de unirse en red para integrar diferentes equipos dependiendo de la demanda.	
	e. Del diseñador gráfico centrado en la producción física de los mensajes visuales, al profesional centrado en el usuario o perceptor, que tiene que establecer estrategias de contacto con éste.	
	f. De una organización centrada en el producto final a una en torno al proceso. Se da más importancia al cuidado de los pasos para optimizar el resultado final.	
2. Cambios en las formas cada vez más dinámicas de construcción de la cultura y sus significados.	a. De un ritmo en la construcción cultural estable, a uno que se acelera potencialmente, en el cual los diseñadores gráficos participan activamente en esa construcción cultural con los resultados de su trabajo.	
	b. De una creatividad desde un nivel individual que es aprendida o desarrollada a través de experiencias educativas, a una que surge socialmente por un trabajo colaborativo.	
	c. De una cultura organizada en torno al producto a una organizada en torno al proceso en el que se involucran distintas áreas del conocimiento en un trabajo colaborativo multi, e interdisciplinar.	
	d. De un contexto cultural local a uno global, en donde los canales de comunicación están abiertos a todos los países del mundo en todo momento y en todo lugar.	
	e. De un significado cultural tradicional, a un abarico que incluye además la cultura global y la individual.	
	f. De un espacio temporal determinado supeditado a horarios geográficos locales, a espacios de simultaneidad y atemporalidad sin fronteras.	
	g. De una distribución de la riqueza inequitativa local, a una polarización de la distribución de dicha riqueza que contribuye con el crecimiento de la pobreza extrema a nivel local y global.	
	h. De un ejercicio profesional al servicio de las masas y el capital, al aporte cultural a la sociedad y la disposición al servicio.	
	i. De una comunicación en manos de especialistas, proveniente de un emisor determinado y dirigido a las masas, a una autocomunicación de masas.	
	j. De generaciones pasivas y receptoras de información, a generaciones dinámicas, generadoras y participes de la información, inmersas en la sociedad red intercomunicada digitalmente.	
3. Cambios en las tecnologías de la información y la comunicación TIC.	a. De la comunicación por medios impresos y audiovisuales tradicionales, a la utilización de medios digitales y virtuales.	
	b. De la manipulación de la información medida y manejable, a la proliferación de información que se duplica o triplica cada cinco años.	
	c. De usuarios y perceptores pasivos, a usuarios que intervienen en el diseño de los medios.	
	d. De la creación de ambientes informativos y sugestivos a la construcción de ambientes participativos y co-constructivos.	
4. Cambio en el sustento y enfoque de la profesión del diseñador gráfico.	a. Del requerimiento de conocimientos técnicos de producción, teorías de comunicación visual, así como bases de mercadotecnia y publicidad, a la necesidad adicional de un enfoque sociológico del ejercicio profesional.	
	b. De centrar el ejercicio profesional del diseñador gráfico en la creación de mensajes físicos, a centrarlo en los usuarios y perceptores mediante la creación de conceptos sustentados en los códigos culturales de estos últimos.	
	c. De productores de gran volumen basados en el trabajo de mediano y bajo costo, a productores redundantes, reducidos al trabajo devaluado y finalmente a productores de alto valor, basados en el trabajo informacional (Castells, 2001).	

# CONCLUSIONES

# CONCLUSIONES

**1. Generaciones de jóvenes nativos de la era de la información.**

# CONCLUSIONES

- 1. Generaciones de jóvenes nativos de la era de la información.**
- 2. Papel de las redes sociales en la profesión del diseño gráfico.**

# CONCLUSIONES

- 1. Generaciones de jóvenes nativos de la era de la información.**
- 2. Papel de las redes sociales en la profesión del diseño gráfico.**
- 3. Carácter emprendedor que permite un desarrollo distinto. Diseño social.**

# CONCLUSIONES

- 1. Generaciones de jóvenes nativos de la era de la información.**
- 2. Papel de las redes sociales en la profesión del diseño gráfico.**
- 3. Carácter emprendedor que permite un desarrollo distinto. Diseño social.**
- 4. Trabajo en equipos inter y multidisciplinarios, así como internacionales en espacios atemporales y virtuales que respondan de acuerdo con la demanda.  
Consideración la continuidad en el flujo de trabajo.**

# CONCLUSIONES

- 1. Generaciones de jóvenes nativos de la era de la información.**
- 2. Papel de las redes sociales en la profesión del diseño gráfico.**
- 3. Carácter emprendedor que permite un desarrollo distinto. Diseño social.**
- 4. Trabajo en equipos inter y multidisciplinarios, así como internacionales en espacios atemporales y virtuales que respondan de acuerdo con la demanda.  
Consideración la continuidad en el flujo de trabajo.**
- 5. Trabajo colaborativo.**

# CONCLUSIONES

- 1. Generaciones de jóvenes nativos de la era de la información.**
- 2. Papel de las redes sociales en la profesión del diseño gráfico.**
- 3. Carácter emprendedor que permite un desarrollo distinto. Diseño social.**
- 4. Trabajo en equipos inter y multidisciplinarios, así como internacionales en espacios atemporales y virtuales que respondan de acuerdo con la demanda.  
Consideración la continuidad en el flujo de trabajo.**
- 5. Trabajo colaborativo.**
- 6. Diferentes mercados de diseño. Esquemas distintos al de asalariado y free lance tradicional.**

# CONCLUSIONES

- 1. Generaciones de jóvenes nativos de la era de la información.**
- 2. Papel de las redes sociales en la profesión del diseño gráfico.**
- 3. Carácter emprendedor que permite un desarrollo distinto. Diseño social.**
- 4. Trabajo en equipos inter y multidisciplinarios, así como internacionales en espacios atemporales y virtuales que respondan de acuerdo con la demanda.  
Consideración la continuidad en el flujo de trabajo.**
- 5. Trabajo colaborativo.**
- 6. Diferentes mercados de diseño. Esquemas distintos al de asalariado y free lance tradicional.**
- 7. Competitividad internacional.**

# CONCLUSIONES

- 1. Generaciones de jóvenes nativos de la era de la información.**
- 2. Papel de las redes sociales en la profesión del diseño gráfico.**
- 3. Carácter emprendedor que permite un desarrollo distinto. Diseño social.**
- 4. Trabajo en equipos inter y multidisciplinarios, así como internacionales en espacios atemporales y virtuales que respondan de acuerdo con la demanda.  
Consideración la continuidad en el flujo de trabajo.**
- 5. Trabajo colaborativo.**
- 6. Diferentes mercados de diseño. Esquemas distintos al de asalariado y free lance tradicional.**
- 7. Competitividad internacional.**
- 8. Medios impresos, digitales y virtuales. Diseño gráfico dinámico.**

# CONCLUSIONES

- 1. Generaciones de jóvenes nativos de la era de la información.**
- 2. Papel de las redes sociales en la profesión del diseño gráfico.**
- 3. Carácter emprendedor que permite un desarrollo distinto. Diseño social.**
- 4. Trabajo en equipos inter y multidisciplinarios, así como internacionales en espacios atemporales y virtuales que respondan de acuerdo con la demanda.  
Consideración la continuidad en el flujo de trabajo.**
- 5. Trabajo colaborativo.**
- 6. Diferentes mercados de diseño. Esquemas distintos al de asalariado y free lance tradicional.**
- 7. Competitividad internacional.**
- 8. Medios impresos, digitales y virtuales. Diseño gráfico dinámico.**
- 9. Enfoque sociológico desde el diseño.**

# Posibles líneas de investigación

# Posibles líneas de investigación

## **1. Generaciones de jóvenes nativos de la era de la información.**

# Posibles líneas de investigación

**1. Generaciones de jóvenes nativos de la era de la información.**

**2. Enseñanza/aprendizaje situado.**

# Posibles líneas de investigación

- 1. Generaciones de jóvenes nativos de la era de la información.**
- 2. Enseñanza/aprendizaje situado.**
- 3. Caracterización de los profesores que ejercen profesionalmente y los que no, así como la influencia que cada grupo tiene en los estudiantes.**

# Posibles líneas de investigación

- 1. Generaciones de jóvenes nativos de la era de la información.**
- 2. Enseñanza/aprendizaje situado.**
- 3. Caracterización de los profesores que ejercen profesionalmente y los que no, así como la influencia que cada grupo tiene en los estudiantes.**
- 4. Diferencias entre la profesión de diseño gráfico y las profesiones emergentes (sus subuniversos).**

# Posibles líneas de investigación

- 1. Generaciones de jóvenes nativos de la era de la información.**
- 2. Enseñanza/aprendizaje situado.**
- 3. Caracterización de los profesores que ejercen profesionalmente y los que no, así como la influencia que cada grupo tiene en los estudiantes.**
- 4. Diferencias entre la profesión de diseño gráfico y las profesiones emergentes (sus subuniversos).**
- 5. Nombre de la profesión. Paradigma del diseño gráfico.**

**CARMEN TIBURCIO GARCÍA**  
**NOVIEMBRE 2013**