Universidad Iberoamericana Puebla

Repositorio Institucional **http://repositorio.iberopuebla.mx**

Materiales de divulgación Producción Académica

III Foro Investigación para la Vinculación. La investigación para la vinculación en el ámbito de la enseñanza superior del diseño gráfico

Tiburcio García, Carmen

2015-03-12

http://hdl.handle.net/20.500.11777/422

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

comaprod

III FORO
Investigación para la Vinculación

La investigación para la vinculación en el ámbito de la enseñanza superior del diseño gráfico

Carmen Tiburcio

San Luis Potosí, marzo de 2014

- Universidad
- Diseñadores gráficos formados en la Universidad
- Campo de trabajo
- Frente al impacto de las NTIC

comaprod

III FORO
Investigación para la Vinculación

La investigación para la vinculación en el ámbito de la enseñanza superior del diseño gráfico

Carmen Tiburcio

San Luis Potosí, marzo de 2014

1. Contextualización (antecedentes).
2. Investigación.

1. Contextualización (antecedentes).

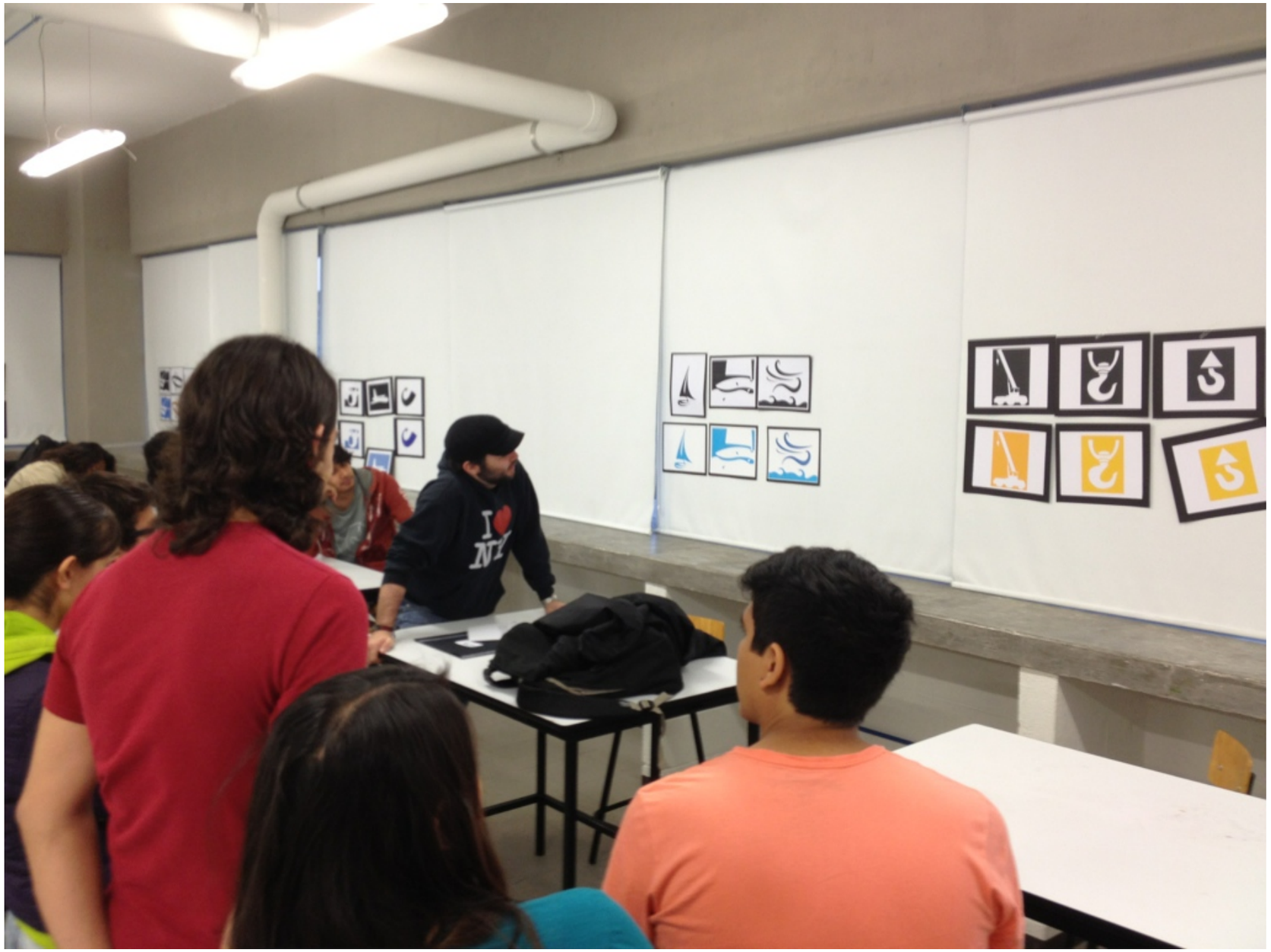
Un poco de mi historia 1979/1983

INSTITUTO NACIONAL PARA LA EDUCACIÓN DE LOS ADULTOS

Egreso primer empleo

ARTES DE MÉXICO

Diseño gráfico · Graficación · Artes Gráficas



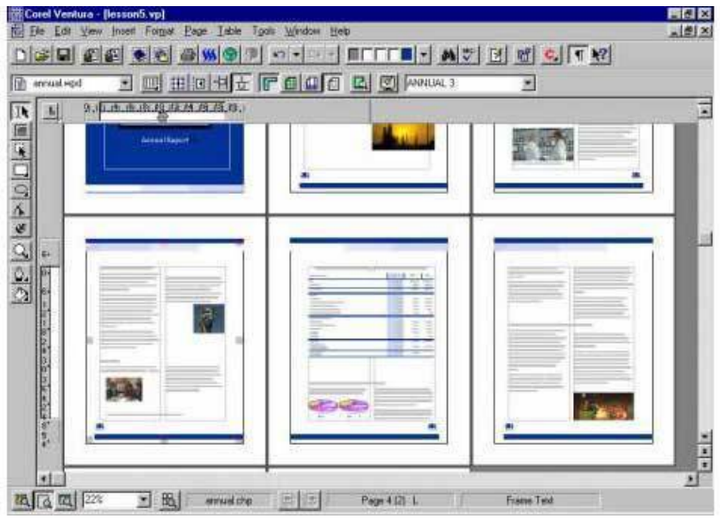
1983 docencia • formación universitaria de diseñadores gráficos

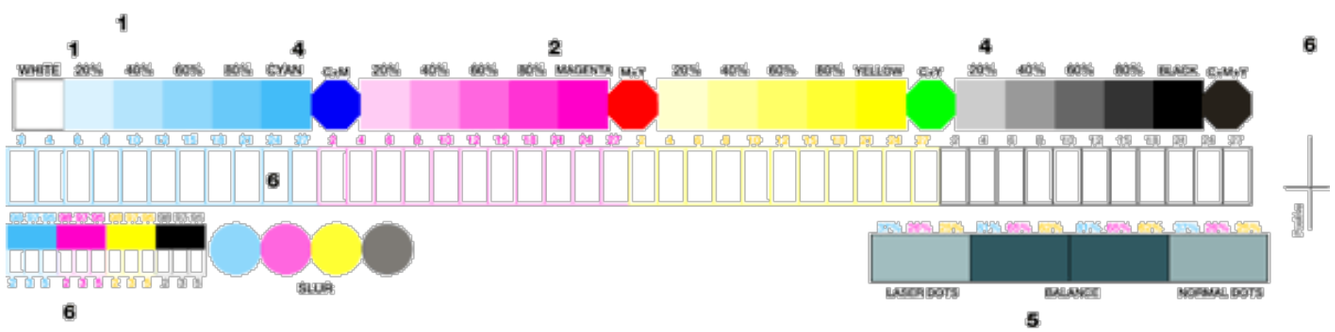
mientras tanto...

Silicon Valley • **revolución tecnológica digital**

composición tipográfica · originales mecánicos · placas de impresión

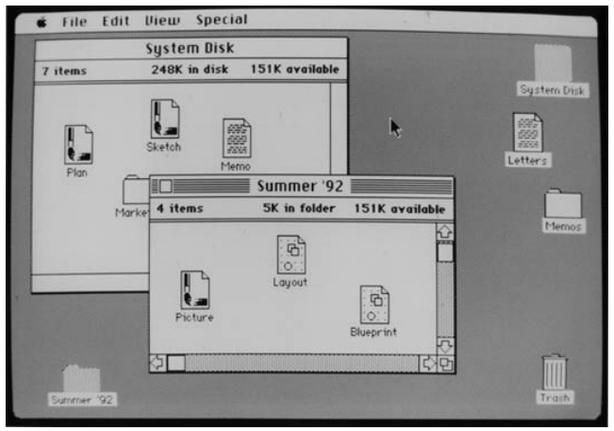
pre-prensa digital





producción digital para preprensa

escuelas técnicas



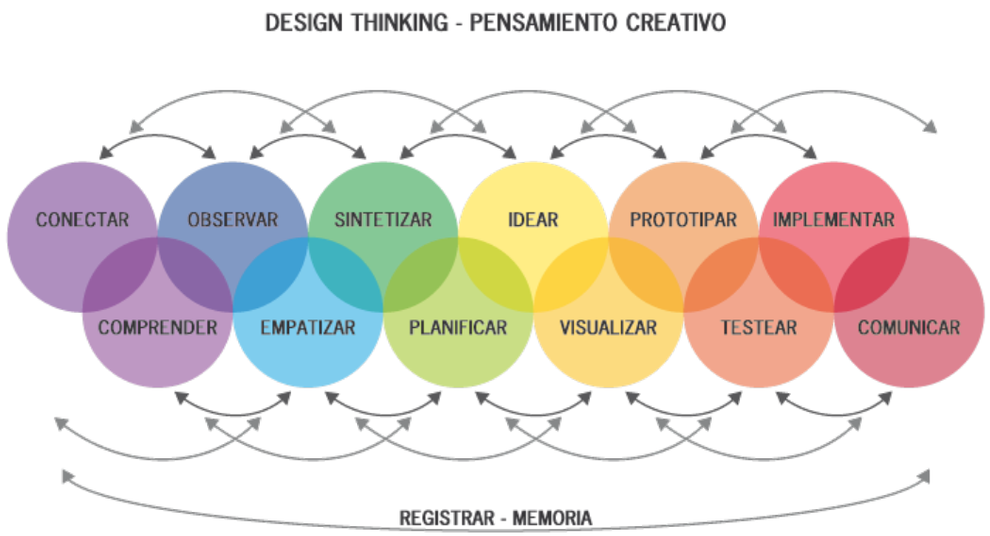
diseño gráfico ·subuniversos· diseño digital

más adelante además...

web 2.0 se modifican los medios de comunicación impactados por las TIC

gremio de diseñadores

diseño emocional



design thinking

en+ diseñosocial
info@disenosocial.org

diseño social

diseño estratégico

diseño centrado en el usuario

discursos y tesis

Rodríguez, L.

¿PARADIGMA?

contexto en el que siguen egresando diseñadores gráficos

Tefa, Aranza y Karla

Areli

Abril y Fernanda

Sara

Jorge

José

Paola

María

diseñadores jóvenes

Tefa, Aranza y Karla

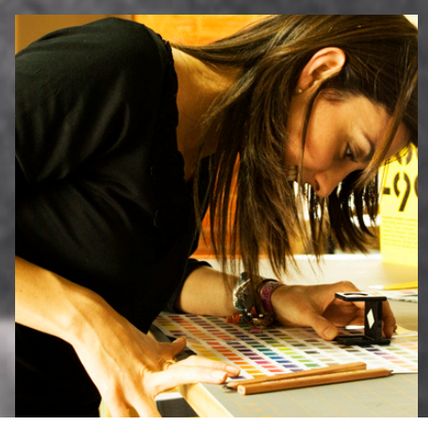
Areli

Abril y Fernanda

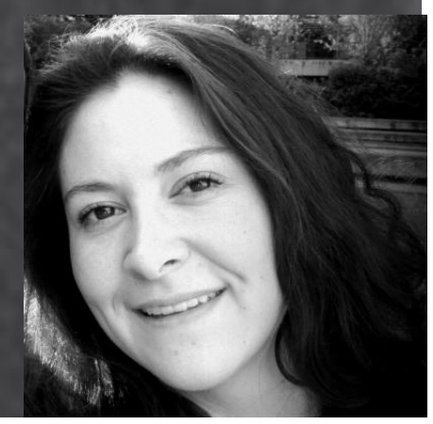
Sara

Jorge

José



Paola



María

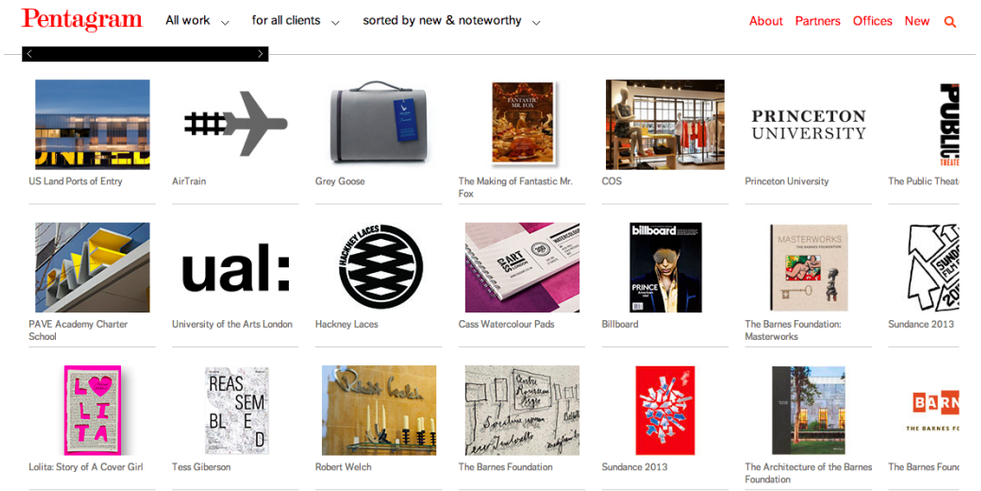
diseñadores jóvenes que buscan un lugar ...

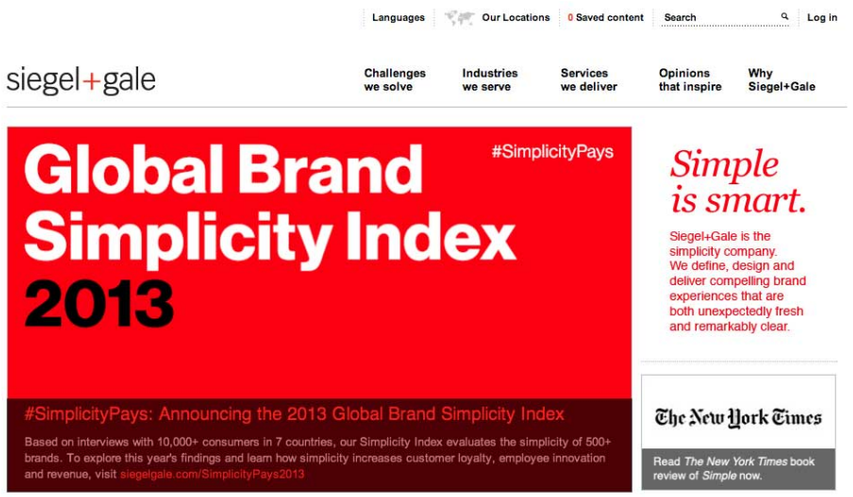
Esquema de free lance

Competencia de técnicos graficadores

Esquema de free lance

Competencia con agencias internacionales y nacionales





En Retorno Tassier comunicamos ideas a través del diseño y la publicidad. Privilegiamos la palabra, el contacto humano y la alegría para apoyar a nuestros clientes a posicionarse en el mercado. La creatividad y el trabajo en equipo han enmarcado nuestra filosofía, convirtiéndose en elementos distintivos de nuestra historia.

Esquema de asalariados

Carreras peor pagadas en México ~ 2012

Las 10 profesiones peor pagadas en México

14/12/2011

La American Chamber of Commerce México obtuvo como resultados en qué estados del país la clase trabajadora percibe los mejores sueldos

Me gusta 143 Tweet 9 +1 22 Share 6

Las 10 profesiones peor pagas en México. Foto: Banco de imágenes

La clase trabajadora que percibe los mejores sueldos está en las ciudades de Guadalajara, Monterrey y el Distrito Federal

La American Chamber of Commerce México (Amcham) a través de estudios realizados con la encuesta de Sueldos y Prestaciones correspondiente al año 2011 aplicada a diversas empresas en todo el país, obtuvo como resultados que la clase trabajadora que percibe los mejores sueldos está en las ciudades de Guadalajara, Monterrey y el Distrito Federal.

También la investigación pudo concluir que las personas que cuentan con conocimientos arriba del promedio del idioma inglés tienen ventajas económicas más elevadas que otros trabajadores, ya que este requisito suele ser importante y básico en varias empresas mexicanas.

Universia da a conocer las 10 **profesiones**

Esquema de asalariados

Carreras peor pagadas en México ~ 2012

1. Enfermería. A pesar de ser un trabajo de apoyo médico que por ende requiere **conocimientos de la carrera de medicina**, la cual muy bien pagada, el sueldo promedio es de **2 y 4 mil pesos mensuales**.

2. Periodismo. Este oficio-profesión **implica arduas jornada de trabajo**, estrés, rapidez y tiempo extra para el momento en el que se requiera su labor. A pesar de todo esto, su sueldo **no pasa de los 8 mil pesos mensuales**; es por ello que varios periodistas colaboran en distintos medios para incrementar las ganancias.

3. Nutrición. La mayoría de los nutriólogos prefieren invertir tiempo y dinero en poner un consultorio particular, ya que si trabajan en otras instituciones su sueldo no pasa de los **3 mil 500 pesos al mes**.

4. Turismo. Si no se ejerce la carrera en empresas de alto nivel o en instituciones gubernamentales, los ingresos mensuales están entre **3 y 5 mil pesos**.

5. Historia. Esta es una carrera que se ejerce principalmente en el campo de la docencia, el sueldo mensual percibido es de **6 mil pesos**.

6. Diseño gráfico. La demanda de esta profesión es muy elevada y es una de las más saturadas en el país, es por eso que **las oportunidades de trabajo son bajas** y el sueldo promedio también, no pasa de **5 ó 6 mil pesos al mes**.

7. Música. Esta profesión tiene como primer obstáculo el hecho de que **es difícil encontrar un empleo estable**; la mayoría de los músicos tienen contratos por eventos o a corto plazo, esto implica que el sueldo mensual sea de **5 mil pesos**.

8. Docencia. La Secretaría de Educación Pública reconoce que quien se dedica a la docencia no gana lo necesario ni lo merecido. Los maestros de educación básica en México perciben un sueldo aproximado de **6 mil pesos mensuales**. Si alguno tiene una profesión extra e imparte una materia en particular el salario mensual aumenta a 12 mil pesos.

9. Arte Dramático. El teatro es un arte poco comercial en el país. Los actores, sobre todo los experimentales tienen ingresos por debajo de los **7 mil pesos mensuales**.

Encuesta revista a! 2011

Encuesta Nacional de Salarios de Diseñadores Gráficos en México

por a! Diseño
director@a.com.mx

Presentamos los resultados de la Encuesta Nacional de Salarios de Diseñadores Gráficos en México. Agradecemos a los más de 2 mil 900 diseñadores participantes. Estamos seguros de que estos datos servirán a todo el gremio del diseño en nuestro país.

Próximamente, en la revista impresa publicaremos resultados ampliados de esta encuesta.

Encuesta Nacional de Salarios de Diseñadores Gráficos en México
Resultados Junio del 2011 2,934 respuestas

PERFIL DEL TOTAL DE ENCUESTADOS

SEXO

53 % HOMBRES

47 % MUJERES

PUESTO

12 % DISEÑADOR

34 % DISEÑADOR JUNIOR

33 % DISEÑADOR SENIOR

21 % DIRECTOR CREATIVO

Encuesta revista a! 2011

MI SALARIO ES	SATISFACCION	OTRA OPORTUNIDAD
27 %	**72 %**	**24 %**
Bueno	Le gusta lo que hace aunque el salario no es tan bueno	Definitivamente hubiera estudiado otra carrera

SALARIOS POR ZONA GEOGRÁFICA

Lugar que ocupan los estados del país en salarios de más a menos ingresos

1 Querétaro, Estado de México y D.F.
2 Nuevo León y Tamaulipas
3 Campeche, Yucatán y Quintana Roo
4 Jalisco y Michoacán
5 Baja California Norte y Sur, Sonora, Sinaloa y Nayarit
6 Aguascalientes, Colima y Guanajuato
7 Morelos, Hidalgo, Tlaxcala y Puebla
8 Veracruz y Tabasco
9 Chihuahua, Coahuila, Durango, Zacatecas, San Luis Potosí
10 Guerrero, Oaxaca y Chiapas

Diferencia entre la mejor y la peor zona geográfica

24 %	**69 %**
Gana menos de 7,500 Querétaro, Estado de México y D.F.	Gana menos de 7,500 Guerrero, Oaxaca y Chiapas

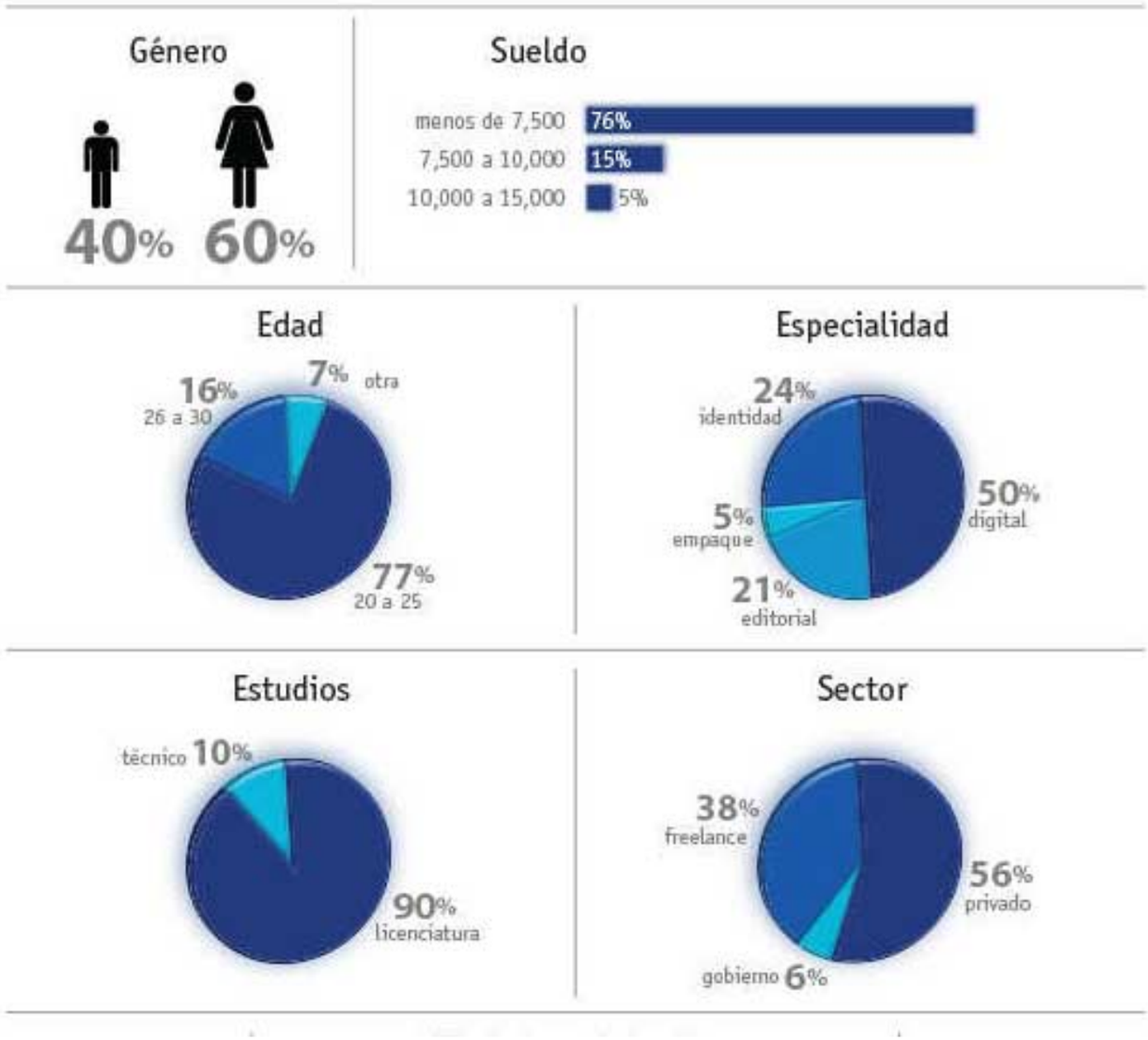
SALARIOS POR LUGAR DE TRABAJO

Dependiendo del lugar de trabajo los salarios de más a menos ingresos

1 Gobierno
2 Empresa privada

Encuesta 2013

Publicado el 10. jul, 2013 por Tony Tacacci. Estudios e Investigaciones, México-California



No todos necesitan diseño gráfico

Raúl Belluccia

¿?

¿?

¿qué pasa con los estudiantes al egresar?

¿?

¿qué pasa con las escuelas técnicas de diseño gráfico?

¿?

¿qué pasa con la competencia entre diseñadores gráficos profesionales, técnicos e improvisados?

¿?

¿cuál es su verdadero campo, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías añadidas a todas las discusiones y situaciones que las anteceden y que continúan paralelamente?

¿?

¿qué es en realidad el diseño gráfico?

¿?

¿cuál es el sentido de lo profesional del diseño gráfico (en México)?

¿?

¿qué caracteriza a la sociedad a la que (supuestamente) atiende el diseño gráfico?

¿?

¿cuáles son los retos, las necesidades y las oportunidades que este contexto presenta a la profesión?

2. Investigación.

¿De qué manera responde la universidad en México (formadora de diseñadores gráficos), a las necesidades, los retos y las oportunidades que la sociedad presenta al ejercicio profesional del diseño gráfico?

PROBLEMA

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

IMPACTO EN

Cómo y para qué estamos formando Diseñadores Gráficos.

De qué manera se insertan ellos en su campo de trabajo.

Cómo logran incorporarse y desenvolverse.

Haciendo qué.

ELEMENTOS

Sociedad red del siglo XXI

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

Universidad

Conceptualiza (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

Sociedad red del siglo XXI

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

Universidad

Conceptualiza (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

OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN

Comprender algunos rasgos tanto del contexto social 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.

POR HACER

1. Tratar de comprender el sentido que la sociedad concede al diseño gráfico en México.

Perspectiva sociológica con base en Berger y Luckmann.
Objetivación social de la realidad.

POR HACER

2. Tratar de comprender el sentido que la sociedad concede a **lo profesional** del diseño gráfico en México.

Perspectiva sociológica con base en teorías de la sociología de las profesiones.
Freidson, Dubier y Tripier.

POR HACER

3. Tratar de caracterizar el contexto social del ejercicio profesional del diseño gráfico en México, impactado por las TIC, en las primeras décadas del siglo XXI.

Perspectiva sociológica con base en Manuel Castells y Sygmunt Bauman

1. ¿Qué entiende la sociedad que es el diseño gráfico?

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 ésta comprende la profesión, la asume como una realidad y la objetiva en su currículo.

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.

Realidad

es "una cualidad propia de los fenómenos que conocemos como independientes de nuestra propia volición (no podemos hacerlos desaparecer)"

Conocimiento

es "la certidumbre de que los fenómenos son reales y [...] poseen características específicas" (1995: 13)

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.

Interacción objetiva/subjetiva

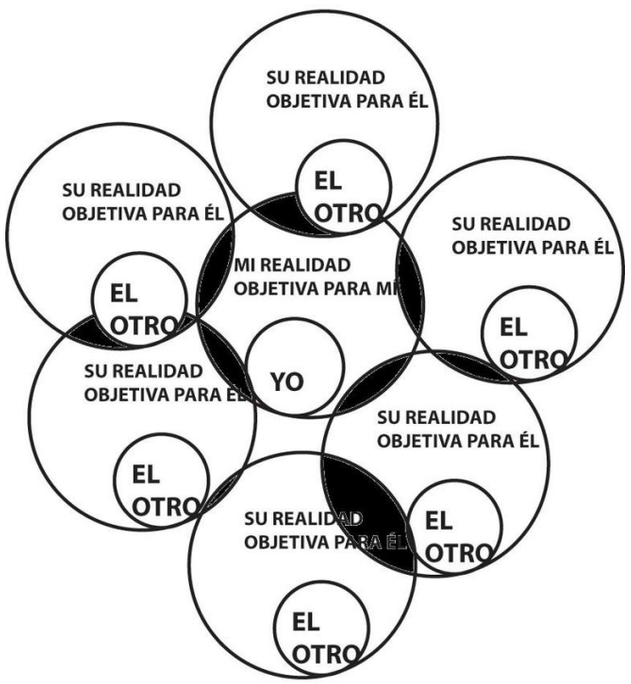
OBJETIVACIÓN DE LA REALIDAD

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

Interacción objetiva/subjetiva

OBJETIVACIÓN DE LA REALIDAD

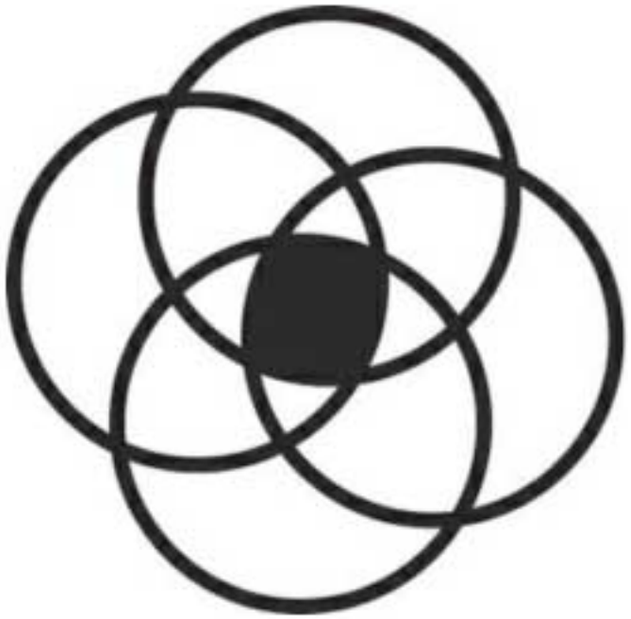
De acuerdo con la sociología del conocimiento (Berger y Luckmann, 1995) la realidad se construye socialmente y se objetiva a través del lenguaje.



Se comparten socialmente.

OBJETIVACIÓN DE LA REALIDAD

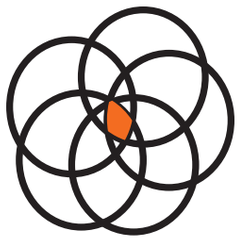
De acuerdo con la sociología del conocimiento (Berger y Luckmann, 1995) la realidad se construye socialmente y se objetiva a través del lenguaje.



En donde coinciden se generan tipificaciones que conducen a roles.

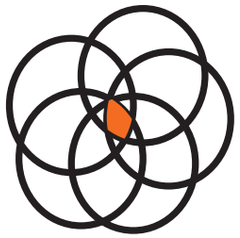
OBJETIVACIÓN DE LA REALIDAD

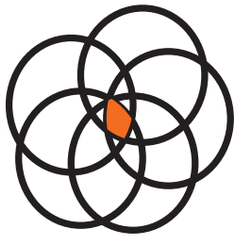
De acuerdo con la sociología del conocimiento (Berger y Luckmann, 1995) la realidad se construye socialmente y se objetiva a través del lenguaje.



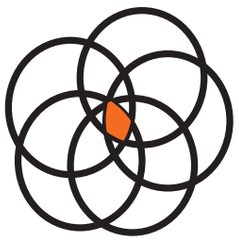
OBJETIVACIÓN 1
SOBRE DISEÑO GRÁFICO
(GRAFICACIÓN ESTÉTICA / REPRODUCCIÓN IMPRESA)

OBJETIVACIÓN 2
SOBRE DISEÑO GRÁFICO
(VINCULACIÓN CON LA PUBLICIDAD)





OBJETIVACIÓN 3
SOBRE DISEÑO GRÁFICO
(COMUNICACIÓN VISUAL/)

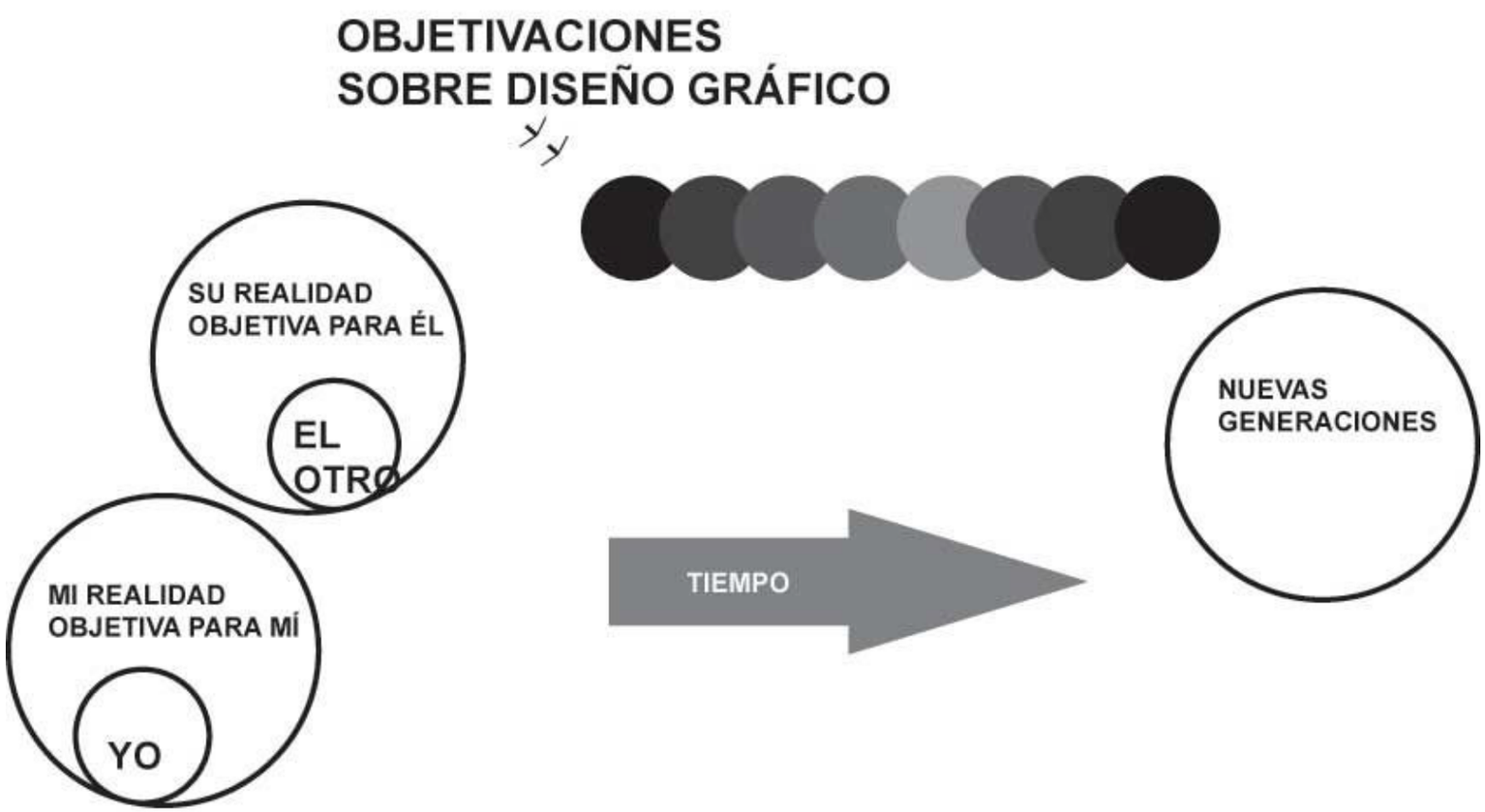


OBJETIVACIÓN 4
SOBRE DISEÑO GRÁFICO
(SERVICIO SOCIAL/ / ESTRATÉGICO/ EMOCIONAL)

En las socializaciones se generan más de una objetivación en el caso de los diferentes grupos sociales y sus experiencias.

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.



Dichas objetivaciones trascienden tiempo y espacio y se comparten en las socializaciones primaria y secundaria.

OBJETIVACIÓN DE LA REALIDAD sobre diseño gráfico en México

1. Es una actividad de graficación estética que data (por ejemplo) desde la llegada de la imprenta a México (1539).

2. Se relaciona con actividades vinculadas con la publicidad.

3. Se vincula con el arte.

4. Es la actividad que se encarga de graficar estéticamente, se concibe al diseñador como artista.

OBJETIVACIÓN DE LA REALIDAD sobre diseño gráfico en México

5. Antes de la llegada de los dispositivos digitales existía una especie de monopolio de la actividad compartida con los artistas gráficos, los diseñadores gráficos, los técnicos de las artes gráficas (impresores).

6. La percepción social generalizada es que todos hacen lo mismo pero el profesional del diseño gráfico lo hace caro. Así trasciende la conceptualización social sobre diseño gráfico.

7. Surgen subuniversos del diseño caracterizados por los nuevos medios digitales.

OBJETIVACIÓN DE LA REALIDAD sobre diseño gráfico en México

8. Las universidades objetivan al diseño gráfico de acuerdo con la evolución de la percepción social, sumada con lo que reconocen del propio contexto, y con las ideas (discursos o tesis) sobre lo que el diseño gráfico es y debe atender, que se discuten en el gremio.

9. Las universidades concretan su objetivación sobre diseño gráfico en su propuesta curricular y con base en ello forman diseñadores gráficos.

2. 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.

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

REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA GLOBALIZACIÓN

Castells / Bauman

Espacio de flujos.

Geografía variable.

Nuevos medios de comunicación.

Autocomunicación de masas.

Virtualidad real.

División internacional del trabajo.

Globalización negativa.

Pobreza y exclusión.

Imagen tomada de google imágenes
Http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi

para conocer

¿De qué manera responde la universidad en México (formadora de diseñadores gráficos), a las necesidades, los retos y las oportunidades que la sociedad presenta al ejercicio profesional del diseño gráfico?

Conocer tanto algunos de los rasgos del contexto social del ejercicio profesional de los diseñadores gráficos en las primeras décadas del siglo XXI desde México, como del perfil profesional del diseñador pertinente a él (desde Puebla, México).

Concretamente desde un caso específico.

CASO

Universidad Iberoamericana Puebla.
Años: 2012/2013
Licenciatura: Diseño Gráfico
Plan de estudios: 2004 NEC

imagen tomada de 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).

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).

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

Entre 3 y 5 tipos de matriz para cada fase.

Total aproximado de 56 matrices (finales) de análisis de los datos.

FASES

FASE UNO

DOCUMENTAL.
DATOS OBTENIDOS A PARTIR DE LA LITERATURA

Primer momento: Construcción de 4 categorías y 21 subcategorías

Segundo momento: Re-estructuración de subcategorías. Se agregan dos.

DATOS CONSTRUIDOS:

CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE ANÁLISIS.

FASE DOS

ANÁLISIS DE LOS DOCUMENTOS CURRICULARES DE DISEÑO GRÁFICO DE LA UIA PUEBLA

Análisis documental

DATOS CONSTRUIDOS:

OBJETIVACIÓN SOBRE LA PROFESIÓN DE DISEÑO GRÁFICO DE LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA PUEBLA.

FASE TRES

ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD CON ESTUDIANTES, EGRESADOS Y PROFESORES DE LA UIA PUEBLA

Primer momento: Prueba piloto

Segundo momento: Inmersión en el campo con sujetos ajustados a un perfil teórico.

DATOS CONSTRUIDOS:

TRADUCCIÓN QUE SUS ALUMNOS Y EGRESADOS TITULADOS HACEN DE DICHA OBJETIVACIÓN.
+ TESTIMONIOS DE LOS PROFESORES

MÉTODO

Ejemplo de matriz de la fase 1

Datos idea por idea o línea por línea	Hipótesis	Preguntas
Datos idea por idea o línea por línea	Hipótesis	Preguntas
Datos idea por idea o línea por línea	Hipótesis	Preguntas
Datos idea por idea o línea por línea	Hipótesis	Preguntas
Datos idea por idea o línea por línea	Hipótesis	Preguntas
Datos idea por idea o línea por línea	Hipótesis	Preguntas

MÉTODO

Ejemplo de matriz de las fases 2 y 3

Datos idea por idea o línea por línea	Categoría y subcategoría con las que se relacionan	Hipótesis	Preguntas
Datos idea por idea o línea por línea	Categoría y subcategoría con las que se relacionan	Hipótesis	Preguntas
Datos idea por idea o línea por línea	Categoría y subcategoría con las que se relacionan	Hipótesis	Preguntas
Datos idea por idea o línea por línea	Categoría y subcategoría con las que se relacionan	Hipótesis	Preguntas
Datos idea por idea o línea por línea	Categoría y subcategoría con las que se relacionan	Hipótesis	Preguntas
Datos idea por idea o línea por línea	Categoría y subcategoría con las que se relacionan	Hipótesis	Preguntas

MÉTODO

FASE 1:
Datos extraidos de la literatura.

FASE 2:
Análisis de 9 documentos oficiales que expresan el currículo de la UIA Puebla para la formación de diseñadores gráficos.

MÉTODO

FASE 3 (primer momento):

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 (segundo momento):

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

FASE 1:

Categorías y subcategorías.

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.

6 subcategorías

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

8 subcategorías

Categoría 3. Cambios en las dinámicas de la comunicación.

4 subcategorías

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

3 subcategorías

RESULTADOS

FASES 2 y 3:

La Universidad avaló un porcentaje de lo que se enunció en las subcategorías.

Los alumnos coincidieron con los resultados de la Universidad.

Los egresados avalaron la totalidad y aportaron elementos adicionales.

Los profesores avalaron el total y reconocieron desfases tanto de la Universidad como personales.

RESULTADOS

Identifiqué 21 rasgos del perfil del diseñador gráfico pertinente al contexto estudiado y 23 rasgos que describen a dicho contexto.

MATRIZ MODELO

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

Categorías de análisis	Subcategorías 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 de sus significados.	a. De un ritmo estable de la construcción cultural, a uno que se acelera potencialmente en consecuencia de los propios movimientos de las sociedades, en donde la profesión del diseño gráfico participa activamente.	
	b. De un proceso de trabajo especializado y excluyente, a uno que requiere de la participación colaborativa de todos los involucrados para optimizar los resultados.	
	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 abanico 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 del capital, al que se visualiza con disposición al servicio.	
	i. De una comunicación en manos de especialistas, proveniente de un emisor y dirigido a un receptor determinados, a una autocomunicación entre las personas mediante la utilización de las redes sociales.	
	j. De generaciones pasivas y receptoras de información, a generaciones dinámicas, generadoras y partícipes de la información, inmersas en la sociedad red intercomunicada digitalmente.	
3. Cambios en las dinámicas de la comunicación.	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 mesurada 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	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.	

Algunos de los rasgos del contexto:

1. Con base en los cambios de los medios de comunicación impactados por las TIC, existen diferentes esquemas de desarrollo profesional, más allá del de asalariados y del de emprendimiento o free lance tradicionales.

2. El papel de las redes sociales en la profesión del diseño gráfico y en la formación profesional de diseñadores es muy importante.

3. El trabajo se puede organizar en equipos inter y multidisciplinarios, así como internacionales en espacios atemporales y virtuales que respondan de acuerdo con la demanda. Esquema que considera un flujo de trabajo contínuo.

4. El diseño visual dinámico que fluye por la red digital, puede y debe ser atendido por diseñadores gráficos.

5. Existen diferentes mercados de diseño gráfico, pero todos requieren de un proceso colaborativo con los perceptores (usuarios/clientes) de los mensajes diseñados.

6. Es una realidad la competitividad internacional.

7. Es pertinente y relevante el enfoque sociológico desde el diseño gráfico.

Posibles líneas de investigación

1. Desarrollo de los profesionales en el campo. ¿Asalariados (sueldos) y free lance (diferentes esquemas)?

2. Formación profesional de las nuevas generaciones de jóvenes nativos de la era de la información digital.

3. Caracterización de los profesores que ejercen profesionalmente el diseño gráfico y los que no, y la influencia que cada grupo tiene sobre los estudiantes.

4. Diferencias entre la profesión de diseño gráfico y las profesiones emergentes (sus subuniversos).

5. Nombre de la profesión ¿diseño gráfico?

Pepillo 2012 ...

Pepillo 2013 ...

Esquema distinto al de asalariados y free lance tradicional:

organización de equipos de trabajo de acuerdo con la demanda 2013 ...

Carlos

Rodrigo

Jorge

Arturo

CONCLUSIONES

1. El contexto social del ejercicio profesional del diseño gráfico es muy distinto al de finales del siglo pasado, ahora es RED gracias a las TIC, pero además presenta grupos muy numerosos de excluidos. Es muy variado y evoluciona muy rápido. Merece ser estudiado.

2. A nivel general la sociedad mexicana desconoce lo que es el diseño gráfico.
Se confunde esta actividad con la de graficación para medios impresos o digitales.

3. Desde el gremio de diseño gráfico no se ha atinado a la forma de modificar la objetivación social de lo que el diseño es y puede aportar.

4. Es relevante la generación de vínculos y sinergias entre las universidades.

5. Es relevante la generación de vínculos y sinergias entre las universidades
y los diferentes sectores de la sociedad.

6. Es básico dar seguimiento a los EGRESADOS. Escucharlos y aprender de ellos.

CARMEN TIBURCIO GARCÍA
FB: carmen tiburcio
carmen.tiburcio@iberopuebla.mx
ctiburcio11@gmail.com
MARZO 2014