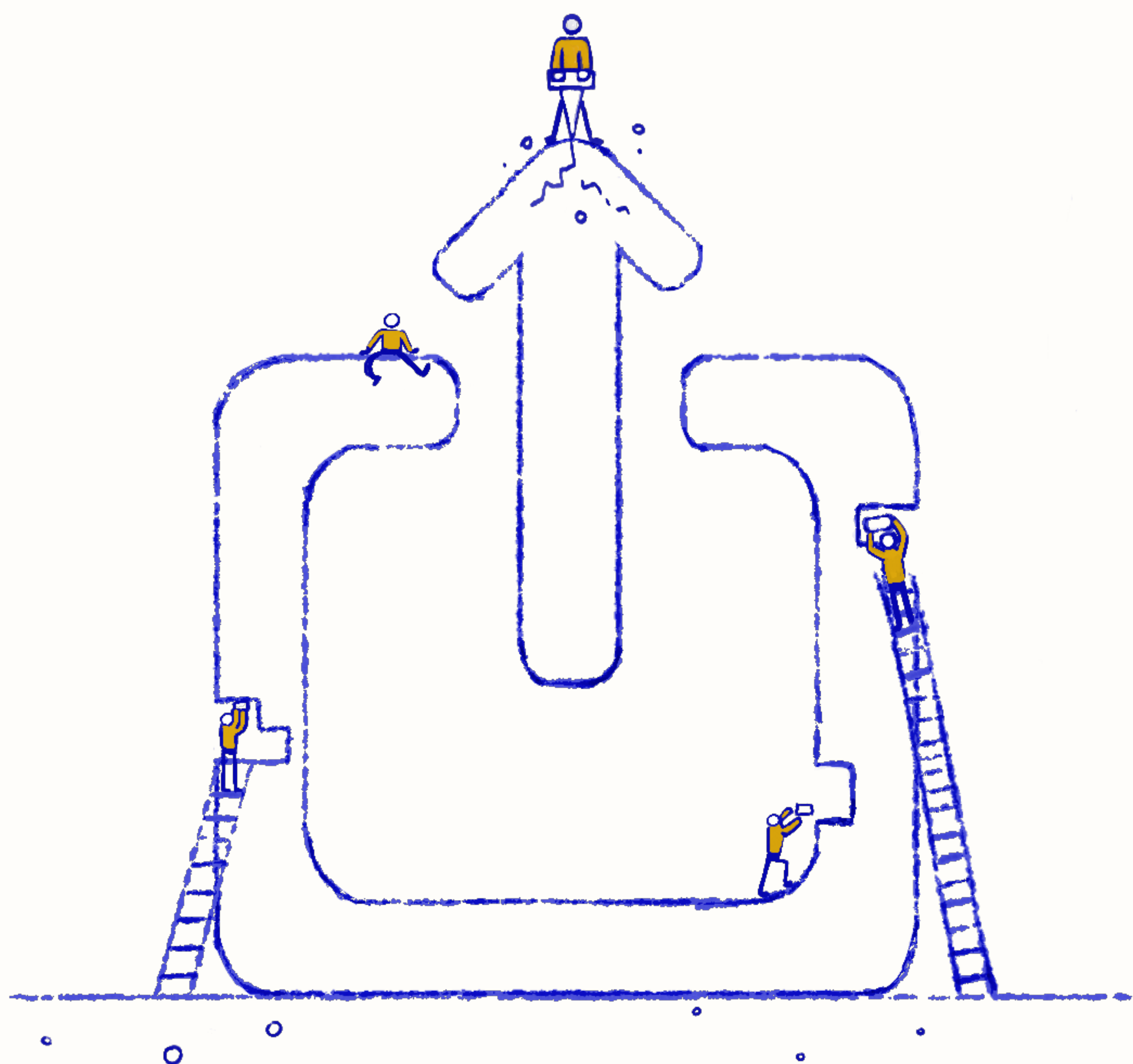
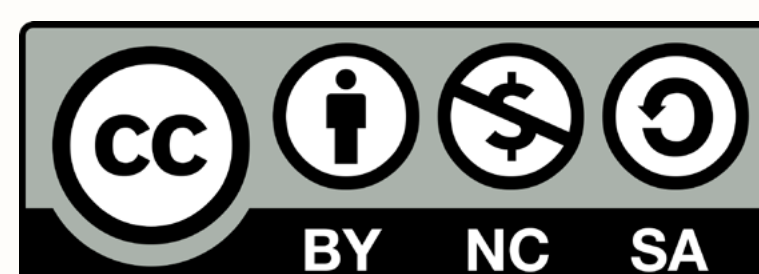


Los diseñadores gráficos de cara al futuro

AUREA SANTOYO MERCADO Y VERÓNICA DURÁN ALFARO
(COORDINADORAS)



Qartuppi®



Esta obra es de acceso abierto y puede ser leída, descargada y compartida libremente, bajo los términos de la Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-Compartir Igual 4.0 Internacional.

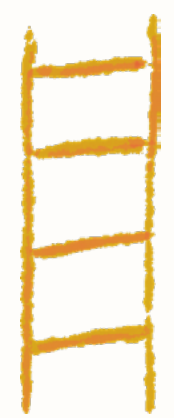
Los diseñadores gráficos de cara al futuro

AUREA SANTOYO MERCADO Y VERÓNICA DURÁN ALFARO
(COORDINADORAS)

Qartuppi®

Obra sometida al proceso de revisión por pares,
bajo la modalidad a doble ciego.

Los diseñadores gráficos de cara al futuro



1era. edición, noviembre 2025

ISBN 978-607-8694-73-0

DOI 10.29410/QTP.25.14

D.R. © 2025. Qartuppi, S. de R.L. de C.V.

Villa Turca 17, Villas del Mediterráneo

Hermosillo, Sonora 83220 México

<https://qartuppi.com>

Edición y diseño: Qartuppi, S. de R.L. de C.V.

Ilustración de portada: Idun Sánchez Díaz



CONTENIDO

7

PRÓLOGO

Nora Karina Aguilar Rendón

10

PRESENTACIÓN

Verónica Durán Alfaro y Aurea Santoyo Mercado

16

CAPÍTULO I

**El diseñador gráfico de la Universidad de Guadalajara,
una reflexión desde la docencia**

*Aurea Santoyo Mercado, Juan Ernesto Alejandro Olivares Gallo
y Miguel Ángel Casillas López*

31

CAPÍTULO II

**El diseñador de la comunicación gráfica en Guadalajara,
una visión de su integración sociocultural**

Verónica Durán Alfaro y Adrián Antonio Cisneros Hernández

50

CAPÍTULO III

**Análisis comparativo de la evolución del plan de estudios
de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica**

*Mónica González Castañeda, Eduardo Galindo Flores
y Mariana Noemi Campos Barragán*

63

CAPÍTULO IV

**Las prácticas profesionales como complemento
de las competencias del estudiante de diseño gráfico**

*Monica Georgina Avelar Bribiesca, Marcela del Rocío Ramírez Mercado
y Cynthia Lizette Hurtado Espinosa*

88

CAPÍTULO V

**Estrategias clave para el éxito profesional del egresado en diseño gráfico
en un entorno de transformación constante**

*Marco Polo Vázquez Nuño, María Eugenia Pérez Cortés
y Noé Gilberto Menchaca de Alba*

112

CAPÍTULO VI

Los distintos perfiles del diseñador gráfico profesionalista

*Claudia Mercado Peña, Jorge Alberto González Arce
y Eva Guadalupe Osuna Ruiz*

132

CAPÍTULO VII

**El diseño gráfico a futuro en la Universidad de Guadalajara:
de la ficción a la prospección**

Leonardo Mora Lomelí

147

SEMBLANZAS

PRÓLOGO



El futuro se construye en el presente, nos recuerda Hannah Arendt, destacando que la temporalidad no es una línea pasiva sobre la cual transitamos, sino un espacio activo de creación y responsabilidad. En este marco, reflexionar sobre el futuro del diseño gráfico implica, simultáneamente, proyectar un reto para la imaginación, elaborar una teoría del hacer y asumir una praxis orientada a la transformación.

No imagino una Ítaca más utópica que la grilla de un plan de estudios. El currículo, lejos de ser un mero documento técnico, constituye un metadiscurso que orienta la formación de sujetos capaces de construir sentidos, trayectorias y futuros. A través de este marco estructurado —con contenidos, materias y evaluaciones— los estudiantes desarrollan competencias clave, no solo para ejercer una profesión, sino también para lograr movilidad social, diseñar su identidad profesional y contribuir a una vida laboral significativa. En última instancia, estos procesos individuales repercuten en la generación de un tejido social más saludable y equitativo. Este texto se concibe, así, como una embarcación simbólica que emprende una extensa travesía hacia el futuro compartido de quienes zarpan desde un puerto llamado Diseño, en la Universidad de Guadalajara.

La palabra “Diseño” aparece por primera vez en un diccionario toscano, definida como *Lat. Graphis, idis. Ichonographis. Futuri operis delineatio*. Esta definición —“delinear o dibujar una obra futura”— nos recuerda que, desde sus orígenes, el diseño ha estado íntimamente vinculado con la capacidad de proyectar el porvenir. Diseñar es, en su raíz más profunda, el ejercicio de visualizar futuros posibles. Por ello, reflexionar sobre el porvenir del diseño gráfico no solo es relevante, sino

imprescindible. Es un acto necesario para la disciplina, un gesto de reconocimiento hacia los mundos que hemos hecho visibles, las estructuras de información que hemos traducido en lenguaje legible y accesible, y las experiencias comunicativas que hemos contribuido a configurar desde el diseño.

Una de las habilidades extraordinarias del *Homo sapiens* es la imaginación: la capacidad de pensar lo intangible y de hacer visible aquello que aún no existe. Esta aptitud para anticipar, planear, prever y resolver ha sido fundamental en el desarrollo del diseño; sin embargo, los últimos tiempos nos han confrontado con lo impredecible. Se acrecentó el "presentismo", una filosofía del ahora permanente que desequilibró nuestras certezas sobre el tiempo, la tecnología, la comunicación y los modelos educativos. Desde esa sacudida emerge la necesidad de formular nuevas preguntas y de volver la mirada hacia nosotros mismos. Este libro es fruto de ese ejercicio colectivo de introspección y diálogo: una búsqueda de respuestas, una exploración crítica y, sobre todo, un intento de aproximación rigurosa a la realidad profesional del diseño gráfico.

Celebro profundamente la realización del foro *De cara al futuro*, un espacio en el que convergieron generaciones diversas de diseñadores del Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño: estudiantes, egresados, docentes y empleadores. Más que un evento, este encuentro se convirtió en una plataforma de pensamiento colectivo que permitió la construcción horizontal de saberes. La participación activa de la comunidad no solo enriqueció los contenidos de este libro, sino que reafirmó que pensar en común no es solo una metodología, sino una forma de constituir la profesión misma.

Tanto el foro como esta obra colectiva permiten transitar de una mirada del futuro más probable hacia una mirada prospectiva: los futuros posibles y, sobre todo, aquellos que son deseables para la disciplina. La metodología del foro, basada en preguntas cuidadosamente elaboradas, propició una reflexión profunda que derivó en nuevas responsabilidades éticas, culturales y profesionales para los egresados en diseño. Entre ellas, sobresale la necesidad de una apropiación cultural consciente, un aspecto antes poco explorado, pero que hoy se vuelve central en el ejercicio de la profesión.

Estoy convencida de que este libro interpela a públicos diversos. A los docentes, los invita a repensar sus estrategias didácticas, sus mecanismos de evaluación y las dinámicas del aula; a los egresados, los invita a la capacitación permanente y a una práctica profesional rigurosa, ética y creativa; y a los estudiantes, les ofrece en sus páginas una valiosa hoja de ruta para orientar y enriquecer su formación profesional.

Agradezco profundamente la oportunidad de leer esta obra, que me ha permitido reflexionar sobre mi propia trayectoria como diseñadora gráfica en diversos contextos laborales, pensar en las generaciones de estudiantes que he acompañado y, sobre todo, proyectar la mirada hacia los cambios venideros. Como Martin Luther King, Jr. también quiero tener un sueño: el de un diseñador gráfico con conciencia crítica, sensibilidad social, rigor metodológico y compromiso ético; un profesional capaz de imaginar y construir contenidos significativos, potentes y regeneradores, que incidan de manera positiva en la salud, el bienestar y el entorno cultural de nuestras comunidades. ●

Dra. Nora Karina Aguilar Rendón

PRESENTACIÓN



Los diseñadores gráficos de cara al futuro es una obra colectiva derivada de los foros académicos *De cara al futuro*, realizados en 2018 y 2022 por la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica del Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño (CUAAD) de la Universidad de Guadalajara. Estos encuentros propiciaron un espacio de reflexión y diálogo entre estudiantes, egresados, empleadores y docentes, con el objetivo de analizar los retos y oportunidades que enfrenta la formación profesional en diseño gráfico dentro del Área Metropolitana de Guadalajara (AMG).

El presente análisis se enfoca en los resultados de dicho diálogo, desarrollado a partir de una metodología basada en los principios del *design thinking*. A través de reactivos categorizados, se identificaron y organizaron los temas clave para la socialización y discusión del programa de estudios, considerando su configuración, implementación, desarrollo e impacto en los distintos ámbitos profesionales del diseño y la comunicación. Los tópicos abordados se centran en la integración sociocultural, política, económica y tecnológica del diseño gráfico en el AMG. De esta manera, se busca generar un testimonio que documente estos esfuerzos de interrelación y, al mismo tiempo, constituya una base para la reflexión prospectiva del diseño para la comunicación gráfica y su vínculo con el entorno laboral.

El futuro que habrán de enfrentar los estudiantes se caracteriza por su dinamismo y transformación constante, lo que hace indispensable una actualización permanente frente a las condiciones del entorno laboral, sus demandas y perspectivas. Dado que los planes de estudio suelen evolucionar a un ritmo más lento que los

cambios del ámbito profesional, resulta fundamental incorporar estrategias que favorezcan la capacitación continua, el desarrollo de habilidades, la adquisición de conocimientos actualizados, la resolución de problemas y la colaboración interdisciplinaria, a fin de asegurar una formación pertinente y acorde con los desafíos contemporáneos.

Este libro es una iniciativa impulsada por la Red Interna de Investigación sobre Diseño para la Comunicación Gráfica (RediDCG), en el marco de su compromiso por reflexionar, analizar y proyectar el quehacer y la profesionalización del diseñador gráfico desde una perspectiva integradora. En su desarrollo participaron activamente estudiantes de los últimos semestres, empleadores, egresados y académicos del CUAAD, quienes compartieron sus experiencias y opiniones mediante un diálogo estructurado en los foros organizados por la Coordinación de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica.

El foro de egresados y empleadores se concibió como un dispositivo metodológico para la consulta, el diagnóstico y la construcción colaborativa de estrategias para el fortalecimiento académico y profesional. Su diseño respondió a la necesidad de crear un espacio estructurado de diálogo que propiciara la convergencia de diversos actores, con el propósito de reflexionar colectivamente sobre la pertinencia del plan de estudios, las condiciones de inserción laboral y los posibles escenarios futuros de la disciplina.

Los objetivos centrales del foro fueron los siguientes:

- Recabar evidencia cualitativa respecto a la formación recibida y su relación con el ejercicio profesional.
- Identificar brechas y oportunidades entre los perfiles de egreso y las demandas del entorno laboral.
- Codiseñar propuestas de mejora que orienten tanto la actualización curricular como la vinculación con sectores productivos y sociales.

Estos propósitos se organizaron en torno a tres ejes de discusión —vida académica, vida profesional y futuro del diseño gráfico—, cada uno acompañado de subtemas y preguntas detonadoras que sirvieron como guía para la reflexión y la producción de ideas.

El foro se desarrolló bajo una lógica metodológica basada en el design thinking, privilegiando la generación colectiva de ideas, la visualización de problemáticas y la construcción colaborativa de propuestas. Para su realización se conformaron mesas de trabajo de aproximadamente diez participantes, integradas de manera heterogénea con el fin de asegurar la diversidad de perspectivas. Cada mesa contó con un moderador docente, responsable de conducir la dinámica, y con un asistente de apoyo, encargado de registrar y sistematizar las intervenciones.

La dinámica combinó momentos de ideación individual, mediante el uso de notas autoadhesivas codificadas por colores (un color por perfil: estudiantes, egresados, docentes y empleadores), con fases de discusión colectiva en las que se agruparon, compararon y jerarquizaron los aportes. Esta estrategia permitió asegurar tanto la equidad en la participación como la profundidad en el análisis de cada temática. Para orientar el proceso, se elaboraron preguntas detonadoras que estimularon la reflexión desde la diversidad de experiencias representadas en cada mesa de trabajo.

Cada mesa dispuso de un kit de trabajo integrado por notas adhesivas, plumones, pliegos de papel, etiquetas y cinta adhesiva, materiales que facilitaron la captura y clasificación de las aportaciones. La codificación cromática permitió distinguir las respuestas según el perfil de los participantes, constituyendo un insumo clave para la posterior sistematización y análisis de resultados.

En términos logísticos, el foro se desarrolló en cuatro momentos secuenciales. En primer lugar, se realizó la recepción y bienvenida de los participantes, acompañada de la entrega de materiales y la explicación de los objetivos del encuentro. Después, tuvo lugar un desayuno de integración inicial, concebido como un espacio de acercamiento informal entre los distintos perfiles convocados. En una tercera fase, se llevaron a cabo las mesas de trabajo organizadas por ejes temáticos, en las cuales se desarrollaron actividades cronometradas de ideación y discusión. Finalmente, el foro concluyó con un cierre colectivo, durante el cual se presentaron los hallazgos preliminares y se expresó el agradecimiento a los participantes.

La convocatoria se diseñó con la intención de reunir a actores representativos de los distintos sectores vinculados al diseño gráfico. Participaron empleadores directos e indirectos —entre ellos, agencias, empresas, dependencias públicas y estudios de diseño y comunicación—, así como profesionales en ejercicio bajo mo-

dalidades de empleo, *freelance* y emprendimiento, además de egresados recientes y estudiantes de los últimos semestres. Esta diversidad de perfiles posibilitó el contraste de experiencias, expectativas y necesidades en torno al ejercicio profesional del diseño.

Las evidencias generadas en las mesas fueron recopiladas, clasificadas y analizadas por los coordinadores de cada mesa, quienes consolidaron la información en insumos temáticos. A partir de esta sistematización, se elaboraron informes técnicos destinados a la Coordinación de la Licenciatura y a los cuerpos colegiados, además de los contenidos base que dieron origen a los capítulos de esta obra. Los resultados del foro trascendieron el mero registro documental, al constituirse en insumos estratégicos para la mejora continua del plan de estudios, el fortalecimiento de la vinculación con el entorno profesional y la construcción de perspectivas prospectivas sobre el diseño gráfico en Guadalajara.

La RediDCG, en su propósito de fomentar la interacción colaborativa y fortalecer la difusión del conocimiento, llevó a cabo esta compilación a través de las unidades académicas que la integran, con el fin de visibilizar los hallazgos, observaciones e interpretaciones derivadas de los foros. El resultado de este esfuerzo colectivo es el presente libro: *Los diseñadores gráficos de cara al futuro*.

La obra reúne siete capítulos elaborados por equipos de docentes que participaron directamente en el análisis de los hallazgos. Cada uno de ellos ofrece una mirada crítica, situada y propositiva sobre dimensiones fundamentales del ejercicio profesional del diseño gráfico, su identidad disciplinar, los desafíos contemporáneos que enfrenta y su vinculación con el entorno social y productivo.

El primer capítulo ofrece un análisis desde la perspectiva docente, centrado en la revisión del perfil del diseñador gráfico egresado y en la necesidad de adecuar su formación a los vertiginosos cambios tecnológicos. Asimismo, se reflexiona sobre el rol del docente y los ajustes pedagógicos que demanda la actualización del plan educativo frente a las nuevas condiciones del ejercicio profesional.

Posteriormente, en el segundo capítulo, se aborda la reflexión en torno al diseñador gráfico y su contribución sociocultural, examinando su participación en los ámbitos de la cultura, la política, la sociedad, la tecnología y la economía. En esta sección se enfatiza su papel como agente simbólico, comunicador estratégico y actor de transformación social.

El tercer capítulo presenta un estudio comparativo del plan de estudios, en el que se analizan tanto el programa vigente hasta el ciclo escolar 2019A como el nuevo plan implementado a partir de 2019B. El análisis considera aspectos como las características generales, los perfiles de ingreso y egreso, así como la estructura curricular y la correlación entre las distintas unidades de aprendizaje.

Asimismo, en el cuarto capítulo, se incorpora una contribución dedicada al análisis de las prácticas profesionales, en la que se examinan las percepciones de egresados, empleadores, estudiantes y docentes respecto a su relevancia en la formación y consolidación del perfil profesional del diseñador gráfico.

El quinto capítulo profundiza en el análisis de las competencias del egresado, identificando las habilidades clave que favorecen una inserción exitosa en contextos laborales dinámicos. Se destaca, además, la importancia del pensamiento estratégico, la capacidad de innovación y el compromiso ético como pilares fundamentales del ejercicio profesional del diseñador gráfico.

En el sexto capítulo se presenta una tipología de perfiles profesionales elaborada a partir de las trayectorias identificadas en el diálogo con egresados y empleadores, lo que permite reconocer la diversidad de rutas formativas, ámbitos de desempeño y especializaciones que configuran actualmente el campo del diseño gráfico.

Finalmente, el séptimo capítulo ofrece una mirada prospectiva sobre el futuro del diseño gráfico universitario. Desde una postura crítica y reflexiva, se exploran posibles escenarios y se propone la construcción de futuros deseables en los que el diseño asuma un papel estratégico, transformador y socialmente comprometido.

Este libro constituye un esfuerzo colectivo orientado a visibilizar las transformaciones del diseño gráfico en Guadalajara y a fortalecer los vínculos entre la universidad y la sociedad. La RediDCG, a través de sus unidades académicas, coordina esta publicación con el propósito de proyectar los aprendizajes derivados de los foros hacia la mejora continua de la formación profesional en diseño para la comunicación gráfica, reafirmando así su compromiso con la calidad académica y la pertinencia social de la disciplina.

Con esta obra se busca contribuir al fortalecimiento de una cultura académica crítica, reflexiva y orientada al futuro, que reconozca al diseño gráfico no solo como una herramienta técnica, sino como una práctica cultural, estratégica y pro-

fundamente humana. Que estas páginas sirvan de inspiración para generar nuevas preguntas, enfoques y rutas que impulsen la evolución del diseño gráfico en Guadalajara y en otros contextos. ●

Verónica Durán Alfaro
Aurea Santoyo Mercado

CAPÍTULO I



El diseñador gráfico de la Universidad de Guadalajara, una reflexión desde la docencia

Aurea Santoyo Mercado  

Juan Ernesto Alejandro Olivares Gallo  

Miguel Ángel Casillas López  

Resumen

Este capítulo analiza el perfil del diseñador gráfico egresado del Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño (CUAAD) de la Universidad de Guadalajara, con especial atención al impacto que el plan de estudios ejerce en la enseñanza y en el ejercicio profesional. El enfoque se centra en la evolución de la formación del diseñador gráfico en el marco de los medios digitales y a la necesidad de adaptar su preparación a estos cambios, así como a las estrategias docentes implementadas para responder a las demandas del nuevo modelo educativo. En el perfil de los egresados destacan la calidad profesional, el compromiso, la eficiencia y la capacidad de articular teoría con habilidades prácticas. Sin embargo, se identifican debilidades vinculadas principalmente a la formación tecnológica, en particular si se compara con el plan de estudios previo.

Palabras clave: diseño gráfico, docencia, egresado, estudiante, plan de estudios

Introducción

El perfil de egreso es una descripción detallada de los conocimientos, competencias, habilidades y actitudes que se espera que un estudiante adquiera al concluir un programa educativo, ya sea una carrera universitaria, un curso de formación técnica, una especialización, un posgrado o cualquier otro nivel de educación. Este perfil es esencial para guiar el diseño y evaluar el programa académico, y se reconoce como un componente clave en los procesos de acreditación y aseguramiento de la calidad educativa. En este sentido, la Ley General de Educación (2021), en su artículo 8, establece los criterios que deben regir la educación; en el inciso XXI se destaca la pertinencia en la formación de las personas, lo cual implica que los perfiles de egreso en la educación superior deben responder a las necesidades actuales y proyectarse hacia los retos futuros del desarrollo nacional.

Según el Reglamento General de Planes de Estudio de la Universidad de Guadalajara (1995), los perfiles de egreso deben establecer con precisión los conocimientos que se espera adquieran los estudiantes en su área de formación, abarcando aspectos teóricos, prácticos y aplicados. Asimismo, deben incluir actitudes y valores fundamentales, entre ellos la ética profesional, la responsabilidad social, el respeto a la diversidad, la adaptabilidad, la iniciativa y otros atributos que contribuyen a la formación integral de la persona.

El perfil de egreso debe considerar el contexto en el que los futuros profesionales pondrán en práctica sus conocimientos y habilidades. Como característica esencial, este perfil ha de ser claro y específico respecto a los conocimientos, habilidades y competencias que se espera que los estudiantes desarrollen, evitando el uso de términos ambiguos o genéricos que dificulten su interpretación y aplicación.

Cabe destacar que el perfil de egreso debe alinearse con la misión y la visión de la institución educativa, así como con los objetivos del programa académico. Este perfil ha de plasmarse en un documento susceptible de revisión y actualización periódica, de modo que pueda responder a los cambios del campo disciplinar, a las demandas del mercado laboral y a las necesidades sociales. Además, debe ser susceptible de medición y evaluación, lo que exige el establecimiento de criterios claros y la implementación de métodos adecuados para valorar el progreso y el logro de los objetivos formativos por parte de los estudiantes.

Finalmente, el perfil de egreso debe centrarse en los resultados de aprendizaje que se espera que los estudiantes alcancen, más que en el mero contenido del programa. En este proceso, la Universidad de Guadalajara cuenta con instancias de apoyo específicas; entre ellas, la Unidad de Transformación Curricular de la Coordinación General Académica y de Innovación, que según el Reglamento Interno de la Administración General de la Universidad de Guadalajara (2023), en su artículo 16, tiene la responsabilidad de acompañar y orientar la construcción de estos perfiles.

Son atribuciones de la Unidad de Transformación Curricular, las siguientes:

- I. Colaborar con las entidades de la Red Universitaria en los procesos de diseño curricular y de pertinencia y factibilidad de los planes de estudio de pregrado;
- II. Proponer los criterios generales para la innovación del modelo curricular;
- III. Desarrollar, en conjunto con los Centros Universitarios y Sistemas, las estrategias y procesos para la creación y actualización curricular de los planes de estudio de pregrado;
- IV. Asesorar los procesos para la actualización curricular en su ámbito de competencia.

Es importante señalar que el perfil profesional define las competencias que los egresados deben cumplir para desempeñarse en su ámbito disciplinar. Al mismo tiempo, establece las cualidades necesarias para resolver problemas en un entorno dinámico, donde las demandas laborales y tecnológicas evolucionan constantemente, lo que exige el desarrollo de nuevas capacidades de aprendizaje y de adaptación a las diversas situaciones que enfrentan los egresados (Martelo et al., 2017).

Para identificar el perfil del diseñador gráfico egresado del CUAAD desde la perspectiva de los participantes en los foros *De cara al futuro* —alumnos, egresados, docentes y empleadores—, es importante vislumbrar tanto el perfil de egreso estipulado por la institución como las referencias evocadas en sus comentarios. En este sentido, y como primer acercamiento al tema, se presentan a continuación los perfiles de egreso de dos instituciones educativas de la ciudad de Guadalajara —Universidad del Valle de Atemajac e Instituto de Estudios Superiores de Occidente— junto con el correspondiente al CUAAD.

Perfiles

En este apartado se presentan los perfiles de egreso declarados por las propias instituciones en sus medios oficiales de comunicación, con el propósito de informar al público interesado en cursar estos programas educativos.

Universidad del Valle de Atemajac

De acuerdo con la Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA, 2025), “Como egresado en diseño gráfico estratégico, podrás planear, coordinar y diseñar proyectos gráficos, con materiales, sistemas apropiados, y tecnología avanzada; serás capaz de responder creativamente a las necesidades sociales en materia de diseño gráfico, de forma propositiva y comprometida” (s.p.).

Instituto de Estudios Superiores de Occidente

Según el Instituto de Estudios Superiores de Occidente (ITESO, 2025):

Al egresar de Diseño, serás capaz de crear y desarrollar en medios impresos y electrónicos en tu propia empresa, despachos de comunicación gráfica o como profesional independiente. Con tu creatividad al servicio de tu entorno, innovarás productos, por ejemplo, calzado, muebles, telas, electrodomésticos o artesanías. Compartes tu talento y contribuyes al desarrollo de los demás en la docencia al desarrollo de la docencia, estudios de posgrado o investigación. (p.89)

Universidad de Guadalajara

Como parte del análisis, se incluyen distintos perfiles de egreso de la Universidad de Guadalajara (UdeG), considerando que el programa educativo en cuestión ha experimentado actualizaciones a lo largo del tiempo.

En el año 2001, se consideraba el siguiente perfil:

El profesional de diseño para la comunicación gráfica tendrá la capacidad para: manejar el proceso metodológico del diseño y de expresión gráfica de mensajes en la teoría y en la práctica. Conocer y dominar los fundamentos teóricos, científicos, tecnológicos y filosóficos de las disciplinas que le permitan crear mensajes gráficos, que la sociedad demande.

Aplicar con creatividad la técnica en la búsqueda de soluciones para resolver problemas de diseño. Conocer, manejar y dominar las especialidades del diseño gráfico como imagen corporativa, diseño de carteles, empaques y envases, diseño campañas, diseño tipográfico. (UdeG, 2001, s.p.)

En 2018 se definió el perfil de egreso correspondiente al nuevo Plan de Estudios, que entró en vigor en 2019, en los siguientes términos:

El egresado de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica será un profesional capaz de identificar, analizar y diagnosticar necesidades de comunicación gráfica para planear, proponer, producir y coordinar proyectos funcionales y efectivos, de diseño gráfico centrados en el usuario, a través de medios impreso, digitales y alternos, sustentados en un proceso creativo y metodológico que resuelvan problemas de comunicación a nivel local, nacional e internacional, en beneficio de ámbito social y productivo, considerando la ética, responsabilidad social, innovación, sostenibilidad, actuando con sensibilidad y una actitud crítica respeto al entorno y al ser humano. (UdeG, 2025, párr.1)

Contraste

Del análisis de los perfiles de egreso se observa que, mientras los correspondientes a las universidades privadas (ITESO y UNIVA) resultan más breves y concisos, los de la Universidad de Guadalajara —en sus distintas etapas— son más amplios y detallados. Estos últimos incluyen referencias explícitas a conocimientos, métodos, habilidades y demás atributos que los estudiantes deben adquirir y dominar al concluir su formación, los cuales constituyen las herramientas para su incorporación al ejercicio profesional; asimismo, integran dimensiones sociales, éticas y cognitivas que evidencian la búsqueda de una formación integral.

Considerando que la especificidad facilita la medición de los resultados, puede afirmarse que el perfil de egreso presentado por la Universidad de Guadalajara, al ser más detallado, permite cuantificar con mayor precisión el impacto que ejerce en la práctica profesional de sus egresados. En este sentido, parte del ejercicio que se desarrolla consiste en identificar la percepción y la visión que se tienen a partir

de lo declarado en dichos perfiles. Para ello, se analizará la información obtenida en los dos foros *De cara al futuro* del Programa Académico de Diseño para la Comunicación Gráfica del Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño, organizados por la Coordinación del Programa Educativo con la participación de los docentes de la Academia de Diseño.

En este marco, los foros realizados en 2018 y 2022 ofrecieron la oportunidad de interactuar con egresados en ejercicio profesional, así como de entablar un diálogo con empleadores, estudiantes y académicos. Este intercambio permitió recabar información valiosa sobre la realidad laboral del diseñador gráfico, la cual se expone a continuación en los apartados siguientes.

Personalidad del diseñador

Como punto de partida para definir la personalidad y el perfil del diseñador gráfico del CUAAD, es importante delinear qué se entiende por “diseñador gráfico”, partiendo de la comparación de los perfiles de egreso declarados por distintas instituciones. Al considerar los perfiles de las licenciaturas en Diseño Gráfico de universidades como la UNIVA, el ITESO y la Universidad de Guadalajara, es posible construir una visión integral de la personalidad y las competencias que caracterizan al diseñador gráfico al concluir su formación profesional.

De esta manera, el diseñador gráfico egresado se concibe como una persona altamente creativa y comprometida con su entorno, con la capacidad de concebir y desarrollar proyectos en una amplia gama de medios, tanto impresos como digitales. Se trata de un profesional versátil, capaz de desempeñarse de manera independiente, emprender su propia empresa o integrarse en despachos y equipos de comunicación gráfica.

Este diseñador gráfico posee una visión estratégica que le permite planear y coordinar proyectos apoyados en materiales y tecnologías de vanguardia. Su labor está orientada a responder de manera propositiva a las necesidades sociales mediante el diseño gráfico, actuando con un compromiso constante hacia la comunidad.

Asimismo, el diseñador gráfico egresado es capaz de identificar, analizar y diagnosticar de manera efectiva las necesidades de comunicación visual, proponiendo

soluciones funcionales mediante un proceso creativo y metodológico. Su ejercicio profesional se fundamenta en principios de ética, responsabilidad social y sostenibilidad, actuando con sensibilidad y una actitud crítica frente al entorno y al ser humano. Su propósito es contribuir al desarrollo social y productivo en los ámbitos local, nacional e internacional. Además, puede desempeñar un papel notable en la docencia, los estudios de posgrado y la investigación, compartiendo su conocimiento y favoreciendo el crecimiento del campo del diseño gráfico.

En resumen, puede afirmarse que el egresado de la Licenciatura en Diseño Gráfico es un profesional creativo, comprometido, estratégico, ético y socialmente consciente, con la capacidad de desarrollar una amplia variedad de proyectos gráficos y de contribuir al fortalecimiento de su comunidad y de la sociedad en general.

Esta definición del diseñador gráfico surge, como se mencionó, del análisis de los tres perfiles previamente citados, los cuales pueden considerarse complementarios entre sí. No obstante, dado que el objetivo de este texto es construir una visión a partir de la percepción y la experiencia de egresados y empleadores, así como de la perspectiva de los estudiantes en las dos ediciones del foro *De cara al futuro*, resulta posible delinear la figura del diseñador gráfico del CUAAD a partir de los enunciados y comentarios expresados en dichos espacios de reflexión.

Según la visión de los participantes en el foro de 2018:

Un diseñador gráfico egresado de la Universidad de Guadalajara (UdeG) se caracteriza por poseer una sólida formación teórica y argumentativa, lo que le proporciona un amplio conjunto de herramientas para abordar diversos desafíos profesionales. Este profesional se distingue por su capacidad de adaptación, eficiencia y criterio en su trabajo, así como por su flexibilidad para desenvolverse en diferentes entornos profesionales.

El egresado de Diseño Gráfico tiene la ventaja de haber desarrollado su conocimiento de manera integral, lo que le brinda mayores oportunidades en el campo laboral. Además, la UdeG fomenta el pensamiento propio y la creatividad, lo que se traduce en un diseñador gráfico más innovador y con fundamentos sólidos en diseño y expresión gráfica.

En síntesis, el diseñador gráfico egresado de la UDEG es un profesional con una sólida base en diseño y una formación integral que le permite afrontar diversos desafíos profesionales, con habilidades operativas y un amplio conocimiento de la sociedad. Su educación integral promueve la autorrealización, la responsabilidad y el respeto, generando oportunidades de desarrollo en diversas áreas. Se distingue por su adaptabilidad, eficiencia y criterio, y es percibido como un profesional creativo, perseverante y comprometido con su quehacer.

A partir del diálogo sostenido y de los comentarios recabados en 2018, el perfil del diseñador gráfico del CUAAD se complementa con los siguientes rasgos de personalidad y formación:

- Capacidad para la resolución de problemas y el trabajo en equipo.
- Compromiso con el desarrollo personal y profesional.
- Responsabilidad y respeto en su quehacer.
- Pasión por la profesión, con impulso y motivación para superarse.
- Orientación por una filosofía personal que guía su práctica.
- Perseverancia y ética de trabajo constante.
- Sensibilidad hacia las necesidades de la sociedad.
- Valoración de la libertad y la independencia.
- Reconocimiento de la importancia del aprendizaje continuo.
- Aprecio por la diversidad y apertura a distintas ideas.
- Formación teórica y argumentativa sólida.
- Adaptabilidad a diversos entornos profesionales.
- Fundamentos firmes en diseño y expresión gráfica.
- Valores integrados: responsabilidad, respeto, creatividad y colaboración.

Si bien se reconocen grandes fortalezas en el perfil del diseñador gráfico, también se identifican aspectos que requieren atención para fortalecer la cultura del diseño gráfico como disciplina. Entre las debilidades señaladas se encuentra la falta de fomento al liderazgo y al emprendimiento, así como la necesidad de actualizar el plan de estudios con el fin de integrar competencias en medios contemporáneos, como el modelado 3D y la ilustración digital. Asimismo, se destaca que la burocracia institucional constituye un obstáculo para la implementación oportuna de mejoras.

Una vez definido lo anterior, y con base en la percepción de los participantes del segundo foro *De cara al futuro* (edición 2022), se presenta la siguiente descripción del diseñador gráfico, elaborada a partir del análisis de los enunciados y datos recabados en este espacio:

El diseñador para la Comunicación Gráfica en la Universidad de Guadalajara se distingue por su dedicación al trabajo, su capacidad para resolver problemas aun con recursos limitados y su compromiso con la responsabilidad y el respeto en el ejercicio profesional.

Se le reconoce como un profesional especializado, perseverante, trabajador y creativo, con un fuerte sentido de compromiso ambiental, que promueve la innovación, el humanismo, el respeto, la igualdad y la colaboración. Su enfoque en ramas específicas del diseño le permite adquirir conocimientos y habilidades más especializadas. Se distingue por su profesionalismo y el deseo de contribuir más allá de sus obligaciones inmediatas, buscando siempre un impacto positivo en la sociedad. Está habituado al trabajo en equipo y a contextos competitivos, valorando la solidaridad, la cooperación y el compromiso social como principios rectores de su desempeño.

No obstante, al exponer las características y atributos que definen al diseñador gráfico, también se identifica una limitada inclinación hacia el emprendimiento dentro del campo del diseño. Además, se reconoce el reto que enfrentan los egresados al desenvolverse en un entorno altamente competitivo, marcado por la escasez de presupuesto y la falta de oportunidades, lo que los impulsa a buscar formas de sobresalir pese a estas condiciones adversas.

Se observa que la visión entre ambas percepciones resulta en gran medida similar, aunque con matices diferenciados. El primer perfil pone énfasis en la formación integral, la adaptabilidad y la creatividad, mientras que el segundo se orienta hacia la especialización, el compromiso social y el respeto por el medio ambiente, además de resaltar el trabajo arduo y la capacidad de resolver problemas con recursos limitados.

El diseñador gráfico, el impacto del programa académico y el actuar docente: Foros 2018 y 2022

Los resultados que se presentan a continuación constituyen una interpretación general de las experiencias compartidas por los egresados durante su formación académica y en su ejercicio profesional en el campo del diseño. Se busca destacar las generalidades y señalar aquellas particularidades que resultan reveladoras para los docentes, con el propósito de enriquecer la práctica educativa y, al mismo tiempo, fortalecer la imagen de la institución y de la profesión.

Se presentan a continuación los resultados del análisis de opinión, los cuales señalan, en primer término, los aspectos que deben considerarse para impulsar mejoras. Estos aspectos aluden a retos que pueden ser superados y que, al hacerlo, permitirían generar un cambio positivo en la profesión y en la percepción tanto de docentes como de egresados, con un impacto institucional favorable.

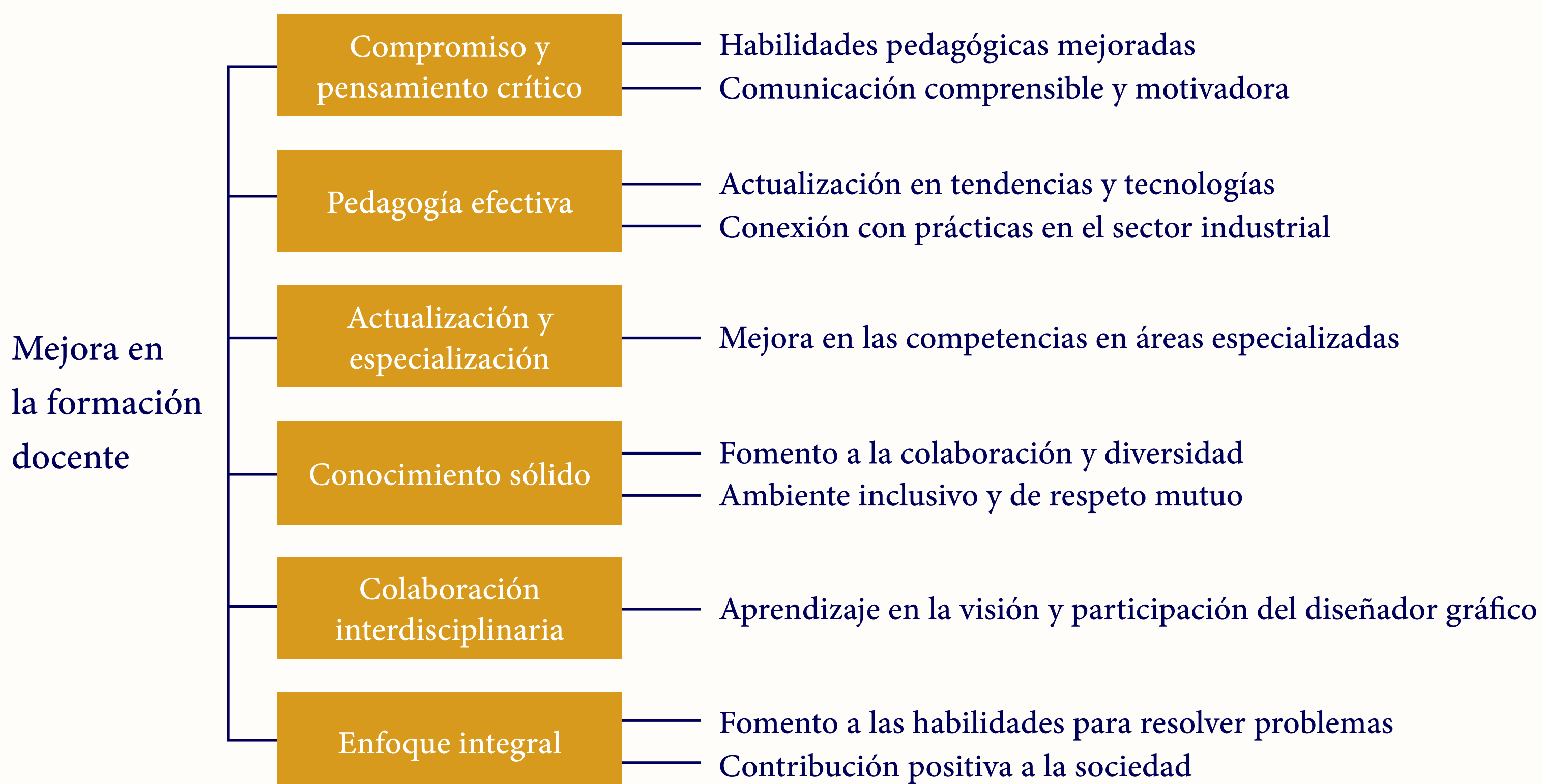
En relación con el cuerpo docente, los egresados señalan que existe una fuerte distracción derivada de la atención a asuntos políticos dentro de la institución. Asimismo, mencionan que un número significativo de profesores no mantiene un nivel suficiente de exigencia, adoptando en ocasiones una actitud excesivamente laxa, lo que repercute en que los estudiantes no asuman con mayor rigor sus compromisos académicos. También se identifica la falta de actualización de un sector importante del profesorado en el uso de nuevas tecnologías. No obstante, los alumnos y egresados reconocen en sus docentes una sólida preparación y habilitación académica, y destacan que, en términos generales, la mayoría de ellos combina la docencia con la práctica profesional, lo cual enriquece la formación impartida en el programa educativo.

Como resultado del análisis del foro, se concluye que el diseñador gráfico del CUAAD es un profesional comprometido con los procesos de comunicación orientados a las necesidades del usuario. Asimismo, manifiesta sensibilidad hacia la sociedad, conciencia de la pluralidad y respeto por la diversidad; y se distingue por una notable capacidad de adaptación a distintos entornos laborales.

Con base en los enunciados recopilados durante el segundo foro, es posible identificar diversas áreas de mejora para el cuerpo docente de la Licenciatura de Diseño Gráfico de la Universidad de Guadalajara (Figura 1).

Figura 1

Áreas de mejora en la formación docente del CUAAD



Nota. Elaborado con base en material obtenido del primer y segundo foro *De cara al Futuro* (octubre 2018 y noviembre 2022). Universidad de Guadalajara.

Estas mejoras, descritas de manera puntual a continuación, pueden contribuir en diversos aspectos al perfil de egreso de esta licenciatura:

1. *Pedagogía efectiva.* Los docentes deben fortalecer sus habilidades pedagógicas para transmitir el conocimiento de manera más efectiva. No basta con dominar la materia, es necesario contar con recursos didácticos que favorezcan el aprendizaje significativo de los estudiantes.
2. *Actualización y especialización.* Es esencial que el profesorado se mantenga actualizado en las tendencias y tecnologías emergentes del diseño gráfico, a fin de garantizar que los estudiantes se formen con base en las prácticas más actuales de la industria.
3. *Conocimiento sólido.* En algunos casos se identifica una falta de dominio suficiente de la asignatura impartida, lo cual puede afectar la calidad educativa. Por ello, es necesario fortalecer la preparación y competencia disciplinar de los docentes en sus respectivas áreas de especialidad.

4. *Colaboración interdisciplinaria.* Dado que los estudiantes provienen de diversos contextos, se requiere que los docentes promuevan la colaboración, el intercambio de ideas y un ambiente inclusivo, basado en el respeto mutuo y en la valoración de distintas perspectivas. Esto contribuye a enriquecer la experiencia formativa.
5. *Enfoque integral.* Aun cuando se ha señalado que la carrera tiende a especializarse en una sola dirección, los docentes pueden trabajar en ampliar el horizonte formativo, incorporando dimensiones complementarias del diseño gráfico que enriquezcan la preparación de los estudiantes.
6. *Compromiso y pensamiento crítico.* Es necesario que los profesores impulsen el compromiso y el desarrollo del pensamiento crítico en los estudiantes, de modo que adquieran las competencias necesarias para resolver problemas sociales y aportar de manera constructiva a la sociedad a través del diseño gráfico.

En resumen, las principales áreas de mejora para los docentes de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad de Guadalajara comprenden el fortalecimiento de sus habilidades pedagógicas, la actualización en su campo, el aseguramiento de un conocimiento sólido en las asignaturas que imparten y la promoción de la colaboración interdisciplinaria. Asimismo, se destaca la necesidad de impulsar un enfoque integral, fomentar el compromiso y el pensamiento crítico, y establecer relaciones efectivas con estudiantes de diversas procedencias. La atención a estos aspectos permitirá elevar la calidad educativa y ofrecer una experiencia formativa más enriquecedora, reflejada en el perfil de egreso de los futuros profesionales.

Es innegable que, en la mayoría de los programas educativos de nivel superior, la labor docente recae en profesionales de disciplinas afines o directamente vinculadas con el área de estudio; sin embargo, con frecuencia estos carecen de una formación pedagógica adecuada. Esta carencia revela que muchos docentes no cuentan con los conocimientos ni con las herramientas necesarias para transmitir eficazmente sus saberes; no obstante, las instituciones educativas y los propios individuos comparten la responsabilidad de atender esta situación.

Por tanto, es imperativo que tanto las instituciones como los docentes se comprometan con la capacitación en diversas técnicas didácticas y pedagógicas, poniendo

especial énfasis en la adopción de una perspectiva andragógica en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Esta orientación permitirá alcanzar un nivel de eficiencia sustancialmente superior en la labor educativa y responder de manera más efectiva a las necesidades de los estudiantes de nivel superior.

Conclusión

Tras un proceso de análisis y reflexión en torno a los foros realizados, se han identificado áreas de oportunidad que permiten atender las carencias señaladas y, al mismo tiempo, consolidar los aspectos positivos. Este enfoque ofrece a la institución y al programa educativo la posibilidad de seguir elevando los estándares de calidad en la formación de los egresados de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica de la Universidad de Guadalajara.

En resumen, a partir de la perspectiva aportada por ambos foros y con base en la experiencia de trabajo e interacción con los estudiantes de la licenciatura, resulta esencial reflexionar sobre la discrepancia existente entre los perfiles de egreso declarados y los hallazgos reales. Si bien es evidente que, gracias a las modificaciones introducidas en el nuevo programa académico implementado en 2019, se han observado avances y mejoras en relación con las áreas señaladas en la visión de 2018 —particularmente en lo referente al conocimiento de nuevas tecnologías y a la necesidad de especialización—, aún persiste la necesidad de realizar una evaluación sistemática que permita contrastar los conocimientos y habilidades enunciados en el perfil con las demandas actuales del ejercicio profesional del diseñador gráfico.

Además, es fundamental reconocer que la visión docente y el perfil que actualmente se construye y consolida tendrán un impacto determinante en las generaciones futuras. Entre los factores que inciden en este proceso destaca la pandemia de COVID-19, la cual transformó profundamente las dinámicas de enseñanza y aprendizaje. Si bien la educación en línea ha mostrado avances significativos, en disciplinas como el diseño gráfico persiste la necesidad de desarrollar habilidades manuales y de mantener una evaluación constante mediante talleres, lo que plantea desafíos particulares para la enseñanza presencial.

Otro aspecto de gran relevancia es la evaluación y actualización de los programas de estudio de las unidades de aprendizaje, los cuales están sujetos a revisiones

periódicas y a procesos de mejora impulsados por las academias. Mediante espacios de interacción, como la primera edición de los foros realizados, se busca establecer una coherencia y una dirección que aseguren el cumplimiento del perfil de egreso, reforzado a partir de los objetivos de aprendizaje definidos en cada unidad.

Considerando las áreas de oportunidad que aún no han sido atendidas de manera concluyente, y desde una perspectiva propositiva, se confía en que la percepción del diseñador gráfico egresado del CUAAD continúe mejorando, lo que permitirá subsanar aspectos previamente desatendidos o considerados deficientes. ●

Referencias

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente. (2025). *Catálogo-Carreras*.

<https://contacto.iteso.mx/documentos/Catalogo-Carreras.pdf>

Ley General de Educación Superior. (2021). Nueva Ley publicada. *Diario Oficial de*

la Federación, DOF 20-04-2021. [https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/](https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGES_200421.pdf)

[LGES_200421.pdf](https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGES_200421.pdf)

Martelo, R. J., Villabona, N., & Jiménez-Pitre, I. (2017). Guía metodológica para definir

el perfil profesional de programas académicos mediante la herramienta Ábaco

de Régnier. *Formación Universitaria*, 10(1), 15–24. [https://doi.org/10.4067/S0718-](https://doi.org/10.4067/S0718-50062017000100003)

[50062017000100003](https://doi.org/10.4067/S0718-50062017000100003)

Universidad de Guadalajara. (1995). *Reglamento general de planes de estudio de la*

Universidad de Guadalajara. [https://secgral.udg.mx/index.php/normatividad/general/](https://secgral.udg.mx/index.php/normatividad/general/reglamento-general-de-planes-de-estudio)

[reglamento-general-de-planes-de-estudio](https://secgral.udg.mx/index.php/normatividad/general/reglamento-general-de-planes-de-estudio)

Universidad de Guadalajara. (2001). *Diseño para la Comunicación Gráfica. Perfil del egresado*.

<http://www.cuc.udg.mx/es/perfiles-8>

Universidad de Guadalajara. (2023). *Reglamento interno de la Administración General*.

Secretaría General. [https://secgral.udg.mx/sites/default/files/Normatividad_especifica/](https://secgral.udg.mx/sites/default/files/Normatividad_especifica/RIAG%20%28Enero%202023%29.pdf)

[RIAG%20%28Enero%202023%29.pdf](https://secgral.udg.mx/sites/default/files/Normatividad_especifica/RIAG%20%28Enero%202023%29.pdf)

Universidad de Guadalajara. (2025). *Diseño para la Comunicación Gráfica - Perfil de egreso*.

<https://cuaad.udg.mx/?q=oferta/licenciaturas/ldcg/perfil-de-egreso>

Universidad del Valle de Atemajac. (2025). *Diseño gráfico estratégico*. [https://www.univa.mx/](https://www.univa.mx/programas-educativos/licenciaturas-presenciales/disenio-grafico-estrategico/)

[programas-educativos/licenciaturas-presenciales/disenio-grafico-estrategico/](https://www.univa.mx/programas-educativos/licenciaturas-presenciales/disenio-grafico-estrategico/)

CAPÍTULO II



El diseñador de la comunicación gráfica en Guadalajara, una visión de su integración sociocultural

Verónica Durán Alfaro  

Adrián Antonio Cisneros Hernández  

Resumen

En un contexto profesional caracterizado por una transformación constante, se vuelve imprescindible fortalecer la relación entre las instituciones educativas y la comunidad que las conforma. Este capítulo presenta los resultados de un ejercicio de diálogo sostenido entre egresados, empleadores, estudiantes y académicos de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica (LDCG) de la Universidad de Guadalajara, realizado en los años 2018 y 2022. A partir de este intercambio, se analizan las percepciones en torno al quehacer del diseño gráfico, sus particularidades frente a otras disciplinas y su vinculación con dimensiones clave como la cultura, la sociedad, la política, la economía y la tecnología. Esta visión integral permite valorar el papel estratégico del diseño en el Área Metropolitana de Guadalajara (AMG) y ofrece elementos para repensar el futuro de la profesión desde una perspectiva crítica, situada y colaborativa.

Palabras clave: diseño gráfico, cultura, sociedad, política, economía, tecnología

Introducción

Desde una perspectiva sociocultural, la relación entre el diseño y la economía se configura como una dinámica compleja, recíproca y en constante evolución. El diseño no solo transforma la manera en que las personas se comunican, consumen o interactúan con su entorno, sino que también responde a las transformaciones culturales y sociales que inciden directamente en la economía local y nacional. Esta interacción se manifiesta en múltiples dimensiones: desde la construcción de identidades colectivas y el fomento de industrias creativas hasta la generación de empleo, la innovación productiva, la preservación del patrimonio y la promoción del turismo y el consumo local. En este entramado, el diseño se posiciona como un agente cultural y económico con alto potencial estratégico para el desarrollo urbano y regional.

En particular, el diseño gráfico constituye un componente esencial de la economía creativa, junto con sectores como el cine, la música y las artes visuales. Estas industrias no solo representan una proporción significativa del Producto Interno Bruto (PIB) en numerosos países, sino que también generan una amplia diversidad de empleos vinculados con la producción de contenidos, la comunicación visual y la promoción de bienes y servicios. En este marco, el diseño gráfico trasciende su dimensión estética o decorativa para asumir un papel central en la eficiencia comunicativa, la diferenciación de marcas y la creación de valor social y económico.

Por tanto, integrar estas interrelaciones en el diseño curricular no es un aspecto accesorio, sino una necesidad urgente. Repensar estratégicamente la formación profesional implica incorporar contenidos y experiencias que articulen la economía, la cultura, la tecnología, la innovación y la sociedad. Esta visión fortalece las competencias de los futuros diseñadores y posiciona al diseño como una herramienta esencial para el desarrollo sostenible, inclusivo y culturalmente significativo de las ciudades y regiones.

Bajo esta premisa, los foros *De cara al futuro* (2018 y 2022) se concibieron como espacios de diálogo entre estudiantes, egresados, académicos y empleadores de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica de la Universidad de Guadalajara. Mediante estos encuentros, se exploraron las percepciones en torno al ejercicio del diseño gráfico y su relación con dimensiones como la cultura, la so-

ciudad, la política, la economía y la tecnología. Esta aproximación integradora permite reconocer tanto los aportes como los desafíos que enfrenta la profesión en el contexto local e internacional.

A través de una metodología inspirada en los principios del *design thinking*, se recopilaron expresiones representativas del imaginario colectivo en torno al diseño gráfico. Estas aportaciones revelan fortalezas y áreas de oportunidad en la formación profesional, y abren la posibilidad de formular estrategias orientadas a la consolidación de un perfil sólido, ético, pertinente y competitivo.

Construir una visión compartida a partir del diálogo entre actores diversos —estudiantes, egresados, docentes, empleadores y empresarios— contribuye significativamente al fortalecimiento de la planeación estratégica de los programas académicos. Esta perspectiva sistémica permite alinear los procesos formativos con las necesidades reales del entorno, favoreciendo una integración más efectiva entre la academia, el sector productivo y la sociedad.

Para iniciar este análisis, se establece un marco conceptual que aborda el diseño para la comunicación gráfica en términos de su definición, su campo de acción y sus rasgos distintivos. A partir de esta base, el capítulo profundiza en las percepciones contemporáneas sobre el rol del diseñador gráfico en Guadalajara, su diferenciación respecto de otras profesiones creativas y su integración en los procesos económicos, políticos, sociales y tecnológicos. Estas dimensiones permiten comprender al diseño no solo como una práctica profesional, sino también como una fuerza transformadora con implicaciones estratégicas para el desarrollo local y nacional.

Entendiendo el diseño: perspectivas desde la academia y el entorno profesional

En el ámbito del diseño gráfico pueden identificarse una serie de cualidades que permiten delinear los contornos de esta disciplina. De manera introductoria, puede afirmarse que una de sus funciones centrales radica en la resolución de problemas en los que la comunicación visual resulta esencial para alcanzar al público objetivo. A ello se suma la capacidad de formular estrategias que garanticen la transmisión eficaz de mensajes y la construcción de una identidad visual distintiva, que permita a productos, servicios o instituciones diferenciarse dentro del mercado.

Estas premisas fueron abordadas en los foros *De cara al futuro* (2018 y 2022), espacios en los que egresados, empleadores, estudiantes y académicos compartieron sus experiencias y visiones sobre la profesión. En la edición de 2018, las preguntas se orientaron a explorar las percepciones y expectativas de los participantes en torno al ejercicio del diseño gráfico:

- a. ¿Qué es diseño gráfico?
- b. ¿Qué hace un diseñador gráfico?
- c. ¿Qué lo distingue de otros profesionistas?
- d. ¿Qué diferencia hay entre un diseñador gráfico, uno industrial y uno de interiores?

Para la edición de 2022, se realizaron ajustes metodológicos con el propósito de integrar de manera más equilibrada las dimensiones conceptual y práctica del diseño. En este sentido, las preguntas fueron reformuladas de la siguiente manera:

- a. ¿Qué es y qué hace, para ti, el diseño para la comunicación gráfica?
- b. ¿Qué lo distingue de otros diseñadores profesionistas?
- c. ¿Qué diferencia hay entre un diseñador para la comunicación gráfica, un diseñador industrial y otros diseñadores integrales?

Sin embargo, al analizar las respuestas, se identificó que las preguntas *b* y *c* compartían enfoques y argumentos similares. Por esta razón, y con el fin de facilitar la interpretación de los resultados, se decidió integrarlas en una sola línea de reflexión, estructurando el estudio en dos apartados principales: por un lado, las concepciones sobre el diseño para la comunicación gráfica; y por otro, los elementos que distinguen al profesional que lo ejerce.

El diseño gráfico

El presente análisis no pretende establecer una definición única de diseño gráfico, ya que ello supondría descontextualizar la intención original del foro. Más bien, el objetivo fue propiciar un espacio de diálogo entre diversos actores, orientado a fomentar una reflexión abierta y flexible sobre las formas en que esta disciplina es percibida y ejercida en los ámbitos profesional y educativo. A diferencia de un en-

foque académico rígido, este ejercicio permitió recopilar una pluralidad de perspectivas que enriquecen la comprensión del diseño gráfico.

En el primer acercamiento, realizado en 2018, el diseño fue descrito como una disciplina orientada a identificar, diagnosticar y resolver necesidades de comunicación mediante el uso de la gráfica, el lenguaje y otros recursos visuales. Se resaltó su capacidad de adaptación a través del tiempo, en respuesta a los cambios sociales, culturales y tecnológicos. El diseño no solo busca transmitir mensajes de manera eficaz, sino que procura equilibrar la dimensión estética con la funcional. En este proceso, el diseñador actúa como un traductor de información, capaz de adecuar los mensajes al medio y al contexto, e incidir en la percepción, las emociones y la construcción del conocimiento dentro de la sociedad.

Esta concepción se amplió en 2022, cuando el diseño fue entendido como un proceso metodológico orientado a la resolución de problemas de comunicación visual en contextos sociales y empresariales. A través del pensamiento crítico y el uso estratégico de herramientas gráficas y digitales, el diseño facilita la interacción con el entorno y genera oportunidades de expresión visual. El diseñador, además de interpretar y traducir mensajes, planifica y estructura soluciones integradoras que favorecen una comunicación clara, significativa y contextualizada. En un mundo cada vez más interconectado, el diseño se consolida como un puente entre la información y su comprensión.

El diálogo desarrollado en 2022 reafirma la capacidad del diseño para adaptarse a las transformaciones sociales y tecnológicas, evidenciando cómo estos cambios inciden en la práctica contemporánea del diseñador. A continuación, se presentan las principales coincidencias identificadas en las respuestas del foro 2022, las cuales reflejan la evolución del diseño gráfico y su creciente complejidad como disciplina y práctica profesional:

1. *Proceso creativo y metodológico.* El diseño se comprende como un proceso que combina la creatividad con la metodología, orientado a identificar y resolver problemas de comunicación en contextos sociales diversos.
2. *Más allá del arte visual.* Se reconoce que el diseño trasciende la mera creación estética o artística, al centrarse en la organización, estructuración y refuerzo de la información.

3. *Comunicación visual como esencia.* Su naturaleza se define por la capacidad de comunicar y expresar ideas a través de medios visuales, actuando como un puente entre el mensaje y el receptor.
4. *Enfoque multidisciplinario y técnico.* El diseño integra saberes, herramientas y técnicas provenientes de diversas disciplinas, ampliando su alcance interpretativo y su eficacia comunicativa.
5. *Soluciones estéticas y funcionales.* El diseño plantea soluciones visuales que equilibran la funcionalidad y la estética, adaptándose a las necesidades, valores y realidades de la sociedad contemporánea.
6. *Impacto social y formativo.* Se reconoce su papel en la construcción del conocimiento, en la configuración de la percepción social y en la generación de experiencias visuales accesibles, éticas e innovadoras.

Estas reflexiones se alinean con los rasgos del perfil de egreso establecido en el Plan de Estudios 2019-B, especialmente en los siguientes aspectos:

1. *Diagnóstico de necesidades de comunicación gráfica.* Se refleja en la comprensión del diseño como un proceso metodológico orientado a la identificación y resolución de problemas de comunicación.
2. *Planeación y ejecución de proyectos centrados en el usuario.* Se manifiesta en la atención a los procesos, métodos y enfoques técnicos y multidisciplinarios, especialmente fortalecido tras la experiencia de la pandemia de 2020.
3. *Ética, responsabilidad social, innovación y sostenibilidad.* Se evidencia en las reflexiones sobre el impacto social del diseño y su compromiso con la mejora del entorno.
4. *Actitud crítica frente al entorno.* Se expresa en una visión más consciente y transformadora por parte de los participantes del foro, relacionada con los cambios sociales y ambientales que inciden en la práctica profesional.

Las coincidencias identificadas en el foro del 2022 se alinean de manera clara con estos rasgos del perfil de egreso. El primero de ellos, centrado en el diagnóstico de necesidades, encuentra un paralelismo directo con la concepción del diseño como un proceso orientado a la resolución de problemas de comunicación en contextos

sociales diversos, sustentado en un enfoque metodológico. Términos como “diagnóstico”, “resolución de problemas” y “transmisión efectiva de mensajes” fueron reiteradamente mencionados por los participantes.

El segundo rasgo, relacionado con la planeación y ejecución de proyectos centrados en el usuario, también se ve reflejado con claridad en las aportaciones del foro, particularmente en los énfasis colocados sobre los procesos, los métodos, los conocimientos técnicos y los enfoques multidisciplinarios. Este aspecto refuerza la comprensión del diseño como una disciplina estructurada y estratégica, comprometida con la eficacia comunicativa y con la generación de soluciones pertinentes a las necesidades reales de los usuarios.

Cabe destacar que este segundo rasgo adquirió especial relevancia en las respuestas de 2022, lo que puede interpretarse como consecuencia de un cambio de perspectiva derivado de la experiencia global de la pandemia de 2020. Esta coyuntura propició una mayor conciencia respecto a los contextos sociales y a los impactos ambientales, traduciéndose en una visión del diseño más crítica, reflexiva y comprometida. En este sentido, se observa una articulación clara con el tercer y cuarto rasgo del perfil de egreso, vinculados con la ética, la responsabilidad social, la sostenibilidad y la actitud crítica frente al entorno.

Las respuestas del foro no solo reafirman los fundamentos del perfil de egreso vigente, sino que también evidencian cómo los distintos actores educativos y profesionales del diseño han asumido y reinterpretado estos principios a través del tiempo.

Lo que distingue al diseñador gráfico

Uno de los aspectos más debatidos y en constante evolución dentro del ejercicio profesional del diseño para la comunicación gráfica es aquello que verdaderamente distingue al diseñador gráfico en los equipos de trabajo interdisciplinarios. Si bien persisten ciertos imaginarios sociales que reducen su labor a funciones decorativas o meramente visuales, los foros *De cara al futuro* (2018 y 2022) permitieron visibilizar con mayor claridad las competencias sustantivas que configuran su perfil profesional. El egresado de esta disciplina posee un conjunto robusto de habilidades, métodos, técnicas y herramientas que reflejan tanto la calidad de su formación como la profundidad de su práctica.

Durante el foro de 2018, los participantes coincidieron en caracterizar al diseñador gráfico como:

1. Creador de experiencias visuales, con una notable capacidad de adaptación al ritmo cambiante de la tecnología.
2. Poseedor de un pensamiento estratégico, con un enfoque flexible y orientado a la sustentabilidad en el uso de metodologías.
3. Comunicador visual eficaz, centrado en la claridad del mensaje y su pertinencia para públicos diversos.

En la edición de 2022, estas cualidades se expandieron, evidenciando una evolución en la percepción del rol profesional. Entre los elementos distintivos más relevantes se señalaron:

1. Un enfoque metodológico riguroso, sustentado en la investigación, el análisis crítico y la síntesis de información.
2. La habilidad para traducir ideas en comunicación visual, demostrando versatilidad para resolver problemas en múltiples contextos.
3. Un enfoque multidisciplinario, que integra conocimientos provenientes de la psicología, la tecnología, la semiótica y la cultura, con un énfasis permanente en el usuario final.
4. La capacidad hermenéutica y conceptual, que permite crear, interpretar y decodificar significados simbólicos y lingüísticos.
5. Una formación orientada a la innovación constante, que favorece el desarrollo de soluciones creativas, pertinentes y funcionales.

Estas reflexiones permiten identificar una transformación en la manera en que se concibe la práctica del diseñador gráfico. Se evidencia un desplazamiento desde las visiones tradicionales —centradas en la ejecución estética o funcional— hacia un rol más amplio, en el que el diseñador actúa como investigador, analista cultural, estrategia visual y agente de cambio. Esta evolución también revela una postura crítica ante los desafíos contemporáneos, en la que el diseño no solo responde a demandas del mercado, sino que incide activamente en los procesos sociales, culturales, políticos y económicos.

En suma, el profesional del diseño para la comunicación gráfica no se limita a crear soluciones visuales eficaces. Interpreta, sintetiza e integra información desde una postura crítica, con una visión sistémica y un compromiso ético hacia su entorno. Esta redefinición del perfil no contradice los lineamientos del plan de estudios vigente; por el contrario, los complementa y amplía, al proponer una formación que enfatice las competencias analíticas, sociales y transdisciplinarias necesarias para afrontar los retos complejos y cambiantes del mundo contemporáneo.

La integración sociocultural del diseñador para la comunicación gráfica en Guadalajara

Comprender el papel del diseñador para la comunicación gráfica en el contexto de Guadalajara implica reconocer su participación en los procesos culturales, sociales, políticos, tecnológicos y económicos que configuran la región. El diseñador no actúa de manera aislada, sino que forma parte de un entramado complejo en el que su quehacer profesional incide en la construcción simbólica del entorno, en la comunicación de valores colectivos y en la transformación de las prácticas sociales.

A través de los foros *De cara al futuro* realizados en 2018 y 2022, se evidenció que el diseño para la comunicación gráfica en el Área Metropolitana de Guadalajara no solo responde a demandas estéticas o funcionales, sino que interviene directamente en la construcción de identidades, la mediación cultural y la innovación social. Esta sección presenta una síntesis de las percepciones recabadas en dichos espacios, con el propósito de profundizar en las relaciones del diseño con cuatro ejes fundamentales: la cultura, la sociedad, la política y la tecnología. A estos se suma un quinto eje —la economía— incorporado en el foro de 2022, cuya inclusión refleja una creciente conciencia sobre el impacto estratégico del diseño en el desarrollo económico local y nacional.

La relación del diseño gráfico con la cultura

El diseño para la comunicación gráfica va mucho más allá de la generación de elementos visuales; se configura como una disciplina profundamente entrelazada con los aspectos culturales, sociales, políticos y tecnológicos de la sociedad. A lo largo del tiempo, las reflexiones en torno a estas conexiones han evidenciado tanto el al-

cance del diseño como los desafíos contemporáneos que enfrenta. En los foros *De cara al futuro* (2018 y 2022), esta relación fue abordada de forma directa, dando lugar a un ejercicio colectivo de análisis y reflexión entre estudiantes, egresados, docentes y empleadores.

En el segundo eje temático del foro 2018, titulado “El diseñador gráfico y su aporte sociocultural”, se propusieron cuatro preguntas orientadas a explorar la relación del diseño con los pilares fundamentales de la vida pública:

- a. ¿Qué relación tiene un diseñador gráfico con la cultura?
- b. ¿Qué aporta este profesionista a la sociedad?
- c. ¿Cómo se relaciona el diseño gráfico con la política?
- d. ¿Qué relación existe entre el diseño y la tecnología?

En 2022, las preguntas fueron reformuladas para ampliar su alcance, manteniendo las dos primeras, fusionando las dos últimas, e incluyendo la dimensión económica:

- a. ¿Qué relación tiene un diseñador para la comunicación gráfica con la cultura?
- b. ¿Qué aporta este profesionista a la sociedad?
- c. ¿Cómo se relaciona el diseño para la comunicación gráfica con la política, la tecnología y la economía, ya sea a nivel local, nacional o internacional?

El análisis de las respuestas mostró una amplia coincidencia en torno a la estrecha vinculación entre diseño y cultura. Esta relación no es estática ni unidireccional: el diseño no solo representa elementos culturales, sino que también los interpreta, resignifica y proyecta. Como señala Julier (2007), el diseño forma parte de los circuitos culturales donde se crean, reproducen y transforman significados visuales, participando activamente en la producción simbólica de la cultura (p.3).

Desde los estudios culturales, Hall (1997) argumenta que las imágenes operan dentro de sistemas de representación que estructuran las ideas de identidad, pertenencia y diferencia (pp.1-2). En este sentido, el diseño gráfico puede entenderse como un mediador simbólico que influye en la manera en que una cultura se interpreta y se comunica a sí misma. Esta visión fue reiterada en ambos foros, don-

de el diseñador fue conceptualizado como un agente capaz de resignificar códigos visuales locales, articular nuevas narrativas y generar vínculos entre lo tradicional y lo contemporáneo.

Asimismo, se reconoció que el diseño se manifiesta tanto en propuestas que recuperan lo artesanal y lo patrimonial como en aquellas orientadas a la innovación y la disrupción estética. Esta dualidad le permite insertarse profundamente en los entornos locales, al tiempo que proyecta su influencia en contextos globalizados.

Desde una mirada situada, Escobar (2018) plantea que el diseño puede contribuir a la construcción de “autonomías culturales” al permitir que las comunidades definan sus propias prácticas y saberes fuera de los marcos coloniales. En sintonía con esta perspectiva, el foro de 2022 resaltó que el diseñador no solo comunica, sino que también problematiza la cultura, la visibiliza y la cuestiona, posicionándose como un mediador activo de causas sociales y un agente de transformación.

Las reflexiones generadas en ambos espacios permiten afirmar que el diseño gráfico opera en una relación simbiótica con la cultura: se nutre de ella, pero también la transforma. Desde el ámbito visual, el diseñador contribuye a reconfigurar los imaginarios sociales, estimula nuevas formas de representación y promueve la diversidad cultural como un valor esencial en la vida contemporánea.

La relación del diseño gráfico con la sociedad

La relación entre el diseño gráfico y la sociedad es constante, simbiótica y profundamente estructural. A través de múltiples formas de comunicación visual —carteles urbanos, interfaces digitales, campañas gráficas, señaléticas— el diseño participa activamente en la configuración de la vida social. Esta dimensión fue uno de los ejes centrales abordados en los foros *De cara al futuro* (2018 y 2022), donde se reflexionó sobre el papel del diseñador como agente de interacción simbólica en el espacio público.

En 2018, los participantes destacaron la presencia cotidiana del diseño, cuya influencia en la configuración del entorno visual resulta profunda, aunque con frecuencia pase inadvertida. Las gráficas urbanas, la señalización, la publicidad y los sistemas de información conforman paisajes visuales que impactan las percepciones, legitiman referentes colectivos y modelan hábitos sociales. Esta visión coincide

con lo planteado por Berger y Luckmann (1966), quienes sostienen que la realidad social se construye a partir de sistemas simbólicos que estructuran aquello que las comunidades consideran verdadero o significativo.

En 2022, la reflexión se profundizó. El diseñador fue conceptualizado como un *tlacuilo contemporáneo*: un mediador visual que organiza, selecciona e interpreta la información en entornos saturados de estímulos. Esta metáfora alude al rol del diseñador como traductor cultural y constructor de sentido, capaz de articular narrativas visuales que median entre la información y la experiencia colectiva. En esta línea, Hall (1997) sostiene que las imágenes operan dentro de sistemas de representación que configuran el significado social (p.1), reforzando la idea del diseño como una práctica que produce y reorganiza el sentido dentro de la cultura.

Desde una perspectiva teórica, autores como Margolin y Margolin (2002) y Buchanan (2001) ofrecen marcos analíticos fundamentales para comprender esta función. Margolin y Margolin (2002), en su modelo de diseño social, sostienen que la finalidad principal del diseño no radica en la venta, sino en la satisfacción de las necesidades humanas (p.25). Esta postura concibe al diseñador como un profesional ético y socialmente comprometido, cuya práctica contribuye al bienestar colectivo y a la mejora de la calidad de vida.

Buchanan (2001), por su parte, plantea que el diseño opera como una forma de retórica visual, capaz de estructurar argumentos simbólicos que generan sentido y movilización. Desde esta perspectiva, el diseñador no solo comunica, sino que también persuade, argumenta y contribuye a la construcción de una ciudadanía visual.

En la práctica, esto implica que los diseñadores seleccionan cuidadosamente la información que deciden priorizar, la manera en que la representan de forma clara y accesible, y las estrategias narrativas que emplean para fomentar la inclusión, la participación y la visibilización de problemáticas sociales. Ejemplos de ello pueden observarse en campañas orientadas a la promoción de la interculturalidad o en proyectos comunitarios de señalética, en los cuales el diseño contribuye simultáneamente a la construcción de identidad y al fortalecimiento del tejido social.

En conjunto, estas perspectivas —empíricas y teóricas— permiten comprender al diseño gráfico como una forma de intervención cultural. Su práctica no solo in-

forma; construye vínculos, legitima valores y contribuye a sostener los entramados simbólicos que otorgan cohesión a la vida social en contextos locales y globales.

La relación del diseño gráfico con la política

Para los participantes de los foros *De cara al futuro* (2018 y 2022), el diseño gráfico trasciende su dimensión visual para consolidarse como una herramienta capaz de generar cultura, interpretar costumbres y propiciar transformaciones sociales. Este potencial transformador se extiende también al ámbito político, aunque muchas veces opere de forma discreta o indirecta.

En 2018 comenzó a delinearse la idea del diseño como un conector entre las propuestas políticas y la ciudadanía, al facilitar la comprensión de mensajes institucionales mediante el uso de gráficos, símbolos e identidades visuales. Se reconoció, además, que el diseño posee la capacidad de moldear la opinión pública y de fortalecer narrativas ideológicas a través de recursos visuales estratégicos.

Esta función se reafirmó en 2022, al destacarse el papel del diseñador gráfico en la divulgación de políticas públicas, programas gubernamentales y causas colectivas. Los participantes coincidieron en que el diseño aporta claridad, estructura y coherencia a los discursos institucionales, facilitando una comprensión más amplia de los procesos políticos y promoviendo una participación ciudadana mejor informada. Asimismo, se subrayó su capacidad para movilizar a la sociedad y para articular visualmente los movimientos sociales.

Autores contemporáneos como Margolin (2002) han profundizado en esta perspectiva al señalar que el diseño, en tanto herramienta política, contribuye a la construcción de una ética pública y a la articulación de debates sociales desde el espacio visual. El autor sostiene que los entornos simbólicos generados por el diseño inciden directamente en la esfera pública y en la manera en que se configuran los valores colectivos.

Por su parte, Manzini (2019) propone una “política de lo cotidiano”, según la cual el diseño, más allá de los marcos institucionales, promueve prácticas de participación ciudadana, cooperación local y transformación social desde lo comunitario. Esta perspectiva amplía el alcance del diseño político, orientándolo hacia formas de acción cívica más horizontales, colaborativas y sostenibles.

Desde esta mirada contemporánea, el diseño gráfico no se limita a la mera representación de eslóganes o campañas electorales; se posiciona como un interlocutor estratégico entre gobiernos, instituciones y sociedad civil. Su función no es solo comunicar, sino construir empatía, cohesión y escenarios de transformación cívica mediante recursos visuales que conectan con lo emocional y lo simbólico.

La relación del diseño gráfico con la tecnología

En los foros *De cara al futuro* (2018 y 2022) quedó patente la estrecha e ineludible relación entre el diseño gráfico y la tecnología. En 2018, los participantes señalaron que el diseñador gráfico está inevitablemente vinculado al uso de herramientas digitales, lo que amplía sus capacidades técnicas, pero también lo enfrenta al riesgo de asumir múltiples roles simultáneos. La proliferación de software, plataformas digitales y entornos virtuales ha transformado el perfil profesional del diseñador, demandando competencias cada vez más amplias, flexibles y actualizadas.

Esta simbiosis entre diseño y tecnología no solo implica el dominio de herramientas, sino que exige una comprensión más profunda de cómo los entornos tecnológicos condicionan la producción, la comunicación y la percepción de la información visual. En 2022, la reflexión se amplió para incorporar el papel del diseñador en un contexto saturado de datos e hiperconectado, donde su función adquiere un carácter crítico: estructurar, clarificar y traducir visualmente mensajes pertinentes y comprensibles en plataformas digitales, redes sociales, aplicaciones y experiencias interactivas.

Autores como Margolin (2002) señalan que el diseño, al interactuar con tecnologías tanto materiales como simbólicas, posee la capacidad de mediar las relaciones humanas y de definir los límites de lo artificial. Para el autor, el diseño no solo es un canal técnico, sino un espacio de negociación donde se configuran y transforman significados culturales, éticos y sociales a través de los medios visuales.

Buchanan (1995) complementa esta visión al afirmar que el diseño, particularmente en su dimensión interactiva, constituye un “nuevo saber liberal” dentro de la cultura tecnológica. De esta manera, el diseño integra conocimientos provenientes de las ciencias naturales, sociales y de la ingeniería para crear entornos significativos, colaborativos y centrados en las experiencias del usuario.

La relación con la tecnología también fue matizada por las menciones frecuentes a la inteligencia artificial (IA) durante el foro de 2022. Los participantes advirtieron que esta tecnología plantea retos significativos para la formación profesional, al reconfigurar las herramientas de trabajo, redefinir el rol creativo del diseñador y exigir una reflexión crítica sobre los límites éticos y las implicaciones sociales del diseño automatizado.

En consecuencia, la relación entre el diseño gráfico y la tecnología debe entenderse como una alianza estratégica y crítica. No basta con conocer herramientas digitales, es indispensable reflexionar sobre sus impactos sociales, éticos y culturales. El diseñador debe asumir un rol activo en la configuración de entornos visuales que no solo respondan a las exigencias del mercado, sino que también fomenten una cultura visual más accesible, ética e inclusiva.

La relación del diseño gráfico con la economía

El diseño gráfico se ha consolidado como un componente clave dentro de las dinámicas económicas contemporáneas. Su función ya no se limita a la producción de mensajes visuales, sino que se posiciona como una herramienta estratégica capaz de generar valor agregado, fomentar la innovación y contribuir al desarrollo económico, tanto a nivel local como nacional. Esta visión fue ampliamente compartida en los foros *De cara al futuro* (2018 y 2022), donde distintos actores coincidieron en reconocer al diseño como un motor de crecimiento económico y de transformación social en el Área Metropolitana de Guadalajara.

Durante los ejercicios de consulta se plantearon preguntas orientadas a indagar la relación entre el diseño gráfico y la economía: ¿Cómo se relaciona el diseño gráfico con la economía?, ¿Qué aporta a la ciudad?, ¿De qué manera puede contribuir a mejorar Guadalajara a través de su práctica?, y ¿Qué papel juega dentro de la cultura empresarial? Las respuestas coincidieron en reconocer al diseño como una disciplina generadora de empleo, capaz de elevar la competitividad empresarial, fortalecer la identidad local y proyectar la imagen de la ciudad en los ámbitos nacional e internacional.

Desde una perspectiva teórica, Florida (2002) sostiene que las industrias creativas —entre las que se encuentra el diseño gráfico— son fuerzas determinantes del

desarrollo urbano, al atraer talento, impulsar la innovación y mejorar la calidad de vida. Por su parte, Berman (2009) plantea que el diseño ético y responsable puede tener un impacto económico tangible al promover prácticas sostenibles y socialmente comprometidas.

En la misma línea, el concepto de economía creativa o “economía naranja”, impulsado por el Banco Interamericano de Desarrollo (Buitrago & Duque, 2013), reconoce al diseño como un eje central en un ecosistema económico basado en el valor de la creatividad, la propiedad intelectual y la innovación. Desde este enfoque, el diseño gráfico influye directamente en los procesos de consumo, en la construcción de marcas sólidas, en la diferenciación dentro del mercado y en la generación de empleo en sectores como la publicidad, el desarrollo web, el software y la producción audiovisual.

En los foros se destacaron diversas propuestas que ilustran esta visión estratégica del diseño. Se mencionó su potencial para intervenir visualmente en el espacio público, construir identidad urbana, articular vínculos entre las empresas y la ciudadanía mediante una comunicación efectiva, y fortalecer el ecosistema productivo mediante una cultura visual coherente y significativa. El diseño, por tanto, no solo aporta estética: ofrece estructura, pensamiento estratégico y capacidad de resolución de problemas.

Desde una perspectiva formativa, surgió la necesidad de reforzar los contenidos curriculares vinculados a la economía, la innovación, el emprendimiento y la gestión. Se propuso incorporar temas como costos, presupuestos, finanzas, cultura empresarial, mercado laboral y economía digital, con el objetivo de preparar a los futuros diseñadores para desempeñarse de manera más sólida en contextos competitivos, tanto locales como globales.

Margolin (2015) subraya que el diseño debe asumirse como una actividad dotada de responsabilidad histórica y social, capaz de liderar procesos complejos en el mundo contemporáneo. En este sentido, el diseño no solo acompaña las dinámicas económicas, sino que también las activa, las orienta y las transforma, al articular de manera estratégica los principios de identidad, sostenibilidad e innovación.

Este impacto también se manifiesta en la vida cotidiana. Desde el diseño de un envase hasta la creación de un sistema de señalización, el diseño incide directa-

mente en las decisiones de compra, en la experiencia del usuario y en la percepción de valor asociada a productos y servicios (Lupton, 2011). En ciudades como Guadalajara, este efecto puede traducirse en una identidad urbana más coherente, atractiva y competitiva.

Así, el diseño gráfico se configura como una fuerza articuladora entre la cultura, el mercado y la tecnología. Su capacidad para traducir aspiraciones colectivas en soluciones visuales eficaces lo posiciona como un agente estratégico del desarrollo económico sustentable. Esta visión coincide con lo señalado por Margolin (2015) y Florida (2002), quienes destacan el potencial del diseño para transformar estructuras sociales y dinamizar economías creativas que vinculan lo local con lo global.

Conclusiones

El análisis de los distintos ejes temáticos abordados en este capítulo —cultura, sociedad, política, tecnología y economía— permite afirmar que el diseñador para la comunicación gráfica en Guadalajara no solo produce imágenes, sino que actúa como un agente activo en la configuración simbólica, cultural y económica de su entorno. Los resultados de los foros *De cara al futuro* (2018 y 2022), contrastados con referentes teóricos contemporáneos, permiten identificar un perfil profesional que exige una formación más integral, crítica y situada.

En este contexto, resulta necesario replantear las estrategias de formación en la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica del CUAAD-UdeG. El diseño no puede comprenderse únicamente como una herramienta funcional o estética, sino que debe asumirse como un medio articulador de significados, prácticas socioculturales, tecnologías y dinámicas económicas. Esta mirada requiere un enfoque pedagógico que trascienda los límites disciplinares y promueva la interdisciplinariedad, la ética profesional y el pensamiento estratégico como pilares del proceso formativo.

De esta manera, se proponen las siguientes líneas de acción para fortalecer la formación de estudiantes y egresados:

- Diseñar currículos integradores e interdisciplinarios, que vinculen el diseño con diversos campos del conocimiento, como la sociología, la economía, la política, la sustentabilidad y la tecnología.

- Establecer una vinculación activa con el entorno productivo y cultural, mediante prácticas profesionales, proyectos colaborativos y redes con empresas, instituciones públicas y organizaciones sociales.
- Fomentar una formación crítica y ética, que permita a los futuros diseñadores cuestionar discursos dominantes, comprender su contexto y asumir una responsabilidad social activa.
- Impulsar el desarrollo de competencias digitales y tecnológicas, con énfasis en la innovación, la inteligencia artificial y el diseño sostenible.
- Promover la investigación aplicada y el pensamiento estratégico, para que los diseñadores puedan proponer soluciones pertinentes que contribuyan a mejorar la calidad de vida de sus comunidades.
- Reforzar el sentido de identidad y apropiación cultural, recuperando saberes locales, reconociendo la diversidad y proyectando al diseño gráfico de Guadalajara hacia escenarios nacionales e internacionales.

Con base en estos hallazgos, se invita a repensar al diseñador para la comunicación gráfica no como un engranaje más del sistema productivo, sino como un actor clave en la transformación social, cultural y económica de su ciudad. La formación universitaria, el diálogo colectivo y la colaboración interinstitucional deben converger para construir un perfil profesional que no solo responda a las exigencias del mercado, sino que también lo cuestione, lo humanice y lo reconfigure.

Este capítulo no busca cerrar el debate, sino abrir nuevas rutas para imaginar el futuro del diseño gráfico desde una perspectiva crítica, situada y colectiva. ●

Referencias

- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Anchor Books.
- Berman, D. B. (2009). *Do Good Design: How Designers Can Change the World*. New Riders.
- Buchanan, R. (1995). Wicked Problems in Design Thinking. *Design Issues*, 8(2), 14-42.
<https://doi.org/10.2307/1511637>
- Buchanan, R. (2001). Design and the new rhetoric: Productive arts in the philosophy of culture. *Philosophy & Rhetoric*, 34(3), 183–206.
- Buitrago, F., & Duque, I. (2013). *La economía naranja: una oportunidad infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo. <http://doi.org/10.18235/0012837>
- Escobar, A. (2018). *Designs for the pluriverse: Radical interdependence, autonomy, and the making of worlds*. Duke University Press.
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Basic Books.
- Hall, S. (Ed.). (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. SAGE.
- Julier, G. (2007). *The culture of design* (2ª ed.). SAGE.
- Lupton, E. (2011). *Graphic Design Thinking: Beyond Brainstorming*. Princeton Architectural Press.
- Manzini, E. (2019). *Politics of the everyday*. Bloomsbury.
- Margolin, V. (2002). *The Politics of the Artificial: Essays on Design and Design Studies*. University of Chicago Press.
- Margolin, V. (2015). *World History of Design, Vol. 1*. Bloomsbury Academic.
- Margolin, V., & Margolin, S. (2002). A “social model” of design: Issues of practice and research. *Design Issues*, 18(4), 24–30. <https://doi.org/10.1162/074793602320827406>

CAPÍTULO III



Análisis comparativo de la evolución del plan de estudios de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica

Mónica González Castañeda  

Eduardo Galindo Flores  

Mariana Noemi Campos Barragán  

Resumen

Este capítulo tiene como finalidad analizar el plan de estudios de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica del Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño de la Universidad de Guadalajara, considerando sus características, componentes, perfiles de ingreso y egreso, así como su estructura y la correlación entre las unidades de aprendizaje que lo conforman. El análisis se desarrolló mediante un estudio comparativo entre el plan anterior y la nueva propuesta curricular implementada a partir del ciclo escolar 2019B. Los resultados evidencian una estructura y unos contenidos coherentes, orientados a fortalecer las habilidades de comunicación, liderazgo y aplicación de conocimientos, al tiempo que favorecen la adaptación a las necesidades específicas de entornos dinámicos, lo que facilita el desarrollo de proyectos de diversos grados de complejidad.

Palabras clave: adaptabilidad, diseño gráfico, gestión, plan de estudios

Introducción

La educación superior en México desempeña un papel fundamental en el fomento del conocimiento y en el desarrollo profesional, social y económico del país. En este contexto, resulta imprescindible que las universidades actualicen y fortalezcan de manera continua sus planes de estudio, en consonancia con los avances tecnológicos y los cambios de paradigma que configuran la realidad contemporánea. La Universidad de Guadalajara, en alineación con el Plan Estatal de Desarrollo, busca consolidarse hacia el año 2030 como una institución incluyente, de prestigio global, flexible y dinámica, orientada a la innovación educativa y al fortalecimiento del bienestar y la competitividad de la sociedad jalisciense.

Bajo esta premisa, la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica (LDCG) del Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño (CUAAD) inició en 2007 un proceso de evaluación y actualización de su plan de estudios, con el propósito de adecuarlo a las demandas contemporáneas del entorno profesional y académico. Este trabajo culminó doce años después con la implementación de una propuesta curricular renovada, sustentada en un análisis exhaustivo de las áreas de impacto y en el desarrollo de una metodología específica para su formulación.

Con la implementación del nuevo plan de estudios han egresado ya las primeras generaciones, lo que ha motivado una reflexión en torno a los objetivos planteados y a la necesidad de comparar los resultados actuales con los obtenidos bajo el plan anterior. Dado que el plan de estudios constituye el eje central de la formación de los futuros profesionales, resulta fundamental identificar las diferencias y mejoras introducidas. En este marco, el presente capítulo ofrece un análisis comparativo entre ambos planes, con el propósito de reconocer las características clave que han favorecido el desarrollo de habilidades y conocimientos en los estudiantes, en consonancia con las metodologías vigentes y las demandas de entornos profesionales en constante transformación.

El currículo

El diseño curricular es una tarea compleja y extenuante, que implica una planeación basada en objetivos generales establecidos por las instancias académicas. Esta planificación comprende la definición de las unidades de aprendizaje, la selección

y organización de los contenidos, así como el diseño de los mecanismos de evaluación que permitan valorar los aprendizajes obtenidos y la eficacia del currículo en el cumplimiento de los objetivos propuestos (Taba, 1974).

Por su parte, Coll (1994) sostiene que el desarrollo de una propuesta curricular es el resultado de una serie de decisiones sucesivas, más que de la aplicación estricta de principios previamente establecidos. De acuerdo con el autor, resulta fundamental justificar y argumentar la validez de cada decisión adoptada, a fin de garantizar la coherencia del conjunto. Si bien existen diversas posturas epistemológicas en torno al concepto de currículo, Coll (1994) enfatiza la relevancia de centrarse en las funciones que este debe cumplir, las cuales emergen de la interacción constante entre la teoría educativa y la práctica pedagógica.

El informe 2016 sobre *La Educación Obligatoria en México*, basado en criterios del Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación (INEE, 2016), considera aspectos clave planteados por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Entre estas consideraciones destacan:

- *Aceptabilidad.* Los contenidos y las formas de enseñanza deben contribuir a que los alumnos sean protagonistas del proceso educativo, asegurando que los aprendizajes sean interesantes y útiles para su vida actual y futura.
- *Adaptabilidad.* La propuesta curricular debe permitir ajustes en función de las características de los alumnos y su contexto sociocultural, reconociendo y asumiendo la diversidad como criterio clave en el diseño.

Otros criterios importantes para la evaluación del diseño curricular incluyen:

- *Relevancia.* Los aprendizajes deben responder a las aspiraciones y necesidades sociales.
- *Pertinencia.* Los contenidos y métodos de enseñanza deben alinearse con las características y necesidades de los alumnos.
- *Equidad.* El currículo debe reconocer y atender las diferencias y desigualdades derivadas de las condiciones personales y sociales de los educandos.
- *Suficiencia.* Los elementos que conforman el currículo deben ser suficientes para alcanzar las intenciones educativas propuestas.

Este marco normativo subraya la importancia de la evaluación del currículo para garantizar su coherencia y congruencia, asegurando la presencia de paradigmas en su diseño y su impacto social.

La evaluación curricular

El diseño curricular es un proceso complejo que requiere acciones estratégicas y decisiones fundamentadas. Según Díaz-Barriga (2011), una de sus etapas clave es la evaluación curricular, la cual debe ser constante y flexible para adaptarse a los contextos cambiantes y a los avances disciplinarios. Esta evaluación resulta esencial para la mejora continua de cualquier plan de estudios y, bajo esta premisa, no solo es deseable, sino necesario revisar, actualizar y valorar la pertinencia de los programas educativos. Este ejercicio garantiza que los contenidos sean congruentes con las necesidades sociales y profesionales del entorno en el que se desarrollan.

La evaluación curricular se define como "la tarea que consiste en establecer su valor como recurso normativo principal de un proceso concreto de enseñanza-aprendizaje, para determinar la conveniencia de conservarlo, modificarlo o sustituirlo" (Arnaz, 1981, p.55).

Dada la relevancia de este proceso, Díaz-Barriga (2011) subraya la necesidad de contar con un marco teórico sólido que sustente la evaluación curricular, así como con criterios metodológicos claramente definidos. El autor propone un modelo participativo que involucre a docentes, estudiantes y personal administrativo, reconociendo la diversidad de intereses que pueden coexistir y la importancia de garantizar una recopilación de información objetiva, sistemática y transparente.

Según Tyler y White (1979), la evaluación curricular debe seguir estas etapas:

1. Definición del aspecto educativo a evaluar, estableciendo con claridad el objetivo y el alcance del proceso.
2. Definición operacional del aspecto educativo, formulando los conceptos, criterios y supuestos pertinentes.
3. Selección y elaboración de instrumentos y procedimientos de evaluación, garantizando su pertinencia y validez en función de los propósitos planteados.
4. Revisión continua basada en la información obtenida, con el fin de retroalimentar y ajustar el currículo de manera permanente.

Análisis comparativo de mallas curriculares

En el contexto de la evaluación curricular, es fundamental tomar como referencia el diseño curricular previo, especialmente cuando la nueva propuesta deriva de un proceso de modificación. Un método eficaz para este propósito es el *benchmarking*, propuesto por Valle (2005), el cual contempla diversos tipos de comparación orientados a identificar concordancias y evaluar la flexibilidad de las asignaturas dentro de la malla curricular. Los principales aspectos por considerar son los siguientes:

- *Comparación por áreas de formación.* Identificar las unidades de aprendizaje y calcular su proporción dentro de cada área formativa.
- *Comparación por tipos de actividad.* Clasificar las unidades de aprendizaje según su carácter teórico o práctico, determinando su porcentaje respecto al total del plan de estudios.
- *Evaluación de la flexibilidad.* Analizar la existencia de opciones de especialización en los primeros semestres y la posibilidad de elección de asignaturas que se ajusten a las necesidades e intereses de los estudiantes.
- *Comparación excluyente.* Identificar las unidades de aprendizaje que se mantienen, modifican o eliminan entre los distintos planes de estudio de una misma carrera.

Valle (2005) enfatiza que estas técnicas pueden aplicarse tanto a la evaluación como a la mejora de los planes de estudio, ya que permiten identificar fortalezas y debilidades con el fin de implementar procesos de mejora continua. Si bien no excluyen otros tipos de análisis que puedan fortalecer la identificación de áreas de oportunidad, establecen una base metodológica que garantiza que el análisis comparativo mantenga una estructura coherente, sistemática y confiable para comprender la realidad del hecho educativo.

Perfil de egreso

El perfil de egreso se encuentra estrechamente vinculado con los procesos de evaluación y acreditación de los programas educativos, ya que permite contrastar el desempeño de los estudiantes con las expectativas del mercado laboral y las demandas del entorno profesional. Este perfil define las habilidades, conocimientos

y competencias que los estudiantes desarrollan al concluir el programa, organizándose en cinco campos cognitivos principales:

1. *Proyección*. Capacidad para diagnosticar y resolver problemas de comunicación en distintos tipos de organizaciones.
2. *Morfología*. Dominio de la representación visual mediante el uso adecuado de los elementos del diseño.
3. *Tecnología*. Manejo de software especializado y aplicación de técnicas de producción gráfica y digital.
4. *Comunicación*. Elaboración de mensajes visuales persuasivos, dirigidos a públicos específicos.
5. *Gestión*. Coordinación, planeación y ejecución de proyectos de diseño con criterios de sostenibilidad y eficiencia

Áreas de formación

Las áreas de formación estructuran y organizan los recursos y materiales que los estudiantes deben completar, permitiéndoles personalizar su educación:

- *Área de Formación Básica Común*: 5 créditos.
- *Área de Formación Básica Particular Obligatoria*: 327 créditos.
- *Área de Formación Especializante Obligatoria*: 18 créditos.
- *Área de Formación Especializante Selectiva*: 24 créditos.
- *Área de Formación Optativa Abierta*: 21 créditos.

En total, el plan de estudios contempla 395 créditos distribuidos a lo largo de ocho semestres, organizados en niveles de avance progresivo que facilitan el desarrollo de competencias desde el diagnóstico y análisis de problemáticas de comunicación hasta la gestión integral de proyectos de diseño.

Comparativa entre el antiguo y el nuevo plan de estudios

El plan de estudios anterior, vigente hasta el ciclo 2019B, requería una actualización para responder a las transformaciones del mercado laboral y a las nuevas dinámicas sociales. La comparación con la propuesta actual evidencia diferencias significativas en los siguientes aspectos:

- *Conexión con la realidad laboral.* El plan anterior mostraba una limitada vinculación con el ámbito profesional, lo que derivaba en egresados con habilidades tecnológicas insuficientes. La nueva propuesta fortalece esta relación al incorporar contenidos orientados al uso de tecnologías emergentes y herramientas digitales actualizadas.
- *Desarrollo de habilidades integrales.* El nuevo plan reconoce la importancia de las habilidades blandas y promueve su fortalecimiento en áreas como la comunicación, la colaboración y el trabajo en equipo.
- *Especialización y enfoque internacional.* La propuesta renovada amplía las oportunidades de especialización e impulsa el aprendizaje del idioma inglés, favoreciendo la inserción en un entorno laboral globalizado.
- *Emprendimiento y gestión empresarial.* Se incorpora un mayor énfasis en la formación para el emprendimiento, la gestión de proyectos y la gestión financiera, promoviendo una visión más autónoma y estratégica del ejercicio profesional.
- *Vinculación con la industria.* El nuevo plan fomenta la participación de los estudiantes en proyectos reales y consolida mecanismos de colaboración con el sector productivo.

Esta comparación se fundamenta en la metodología de benchmarking propuesta por Valle (2005), la cual se orienta hacia la mejora continua de los procesos educativos a través de la comparación sistemática de prácticas y resultados. Esta metodología consiste en identificar y analizar las mejores prácticas implementadas por otras instituciones educativas, con el propósito de que docentes y administradores aprendan de experiencias exitosas y las adapten a su propio contexto institucional.

Esta metodología promueve la reflexión crítica sobre las propias estrategias educativas, fomenta la colaboración interinstitucional y facilita la innovación en los procesos formativos. En resumen, su propósito es elevar la calidad educativa mediante el aprendizaje derivado de experiencias externas y la implementación de mejoras sustentadas en datos concretos y en análisis comparativos rigurosos.

Así, esta metodología se enfoca en identificar las mejores prácticas para mejorar la estructura curricular y adaptarla a las necesidades actuales del entorno educativo y profesional. A continuación, se analizan los aspectos más relevantes derivados de

la comparación entre el antiguo y el nuevo plan de estudios desde una perspectiva pedagógica, aplicando la metodología propuesta por Valle (2005):

1. *Comparación por áreas de formación*

- Antiguo plan de estudios: la falta de vinculación con la realidad laboral derivó en una distribución poco eficiente de las áreas de formación, lo que limitó el desarrollo integral de competencias aplicadas.
- Nueva propuesta vigente: el nuevo plan enfatiza áreas estratégicas como la tecnología, el profesionalismo y la creatividad, logrando una mayor coherencia con las demandas contemporáneas del mercado laboral y con los perfiles profesionales emergentes.

2. *Comparación por tipo de actividad*

- Antiguo plan de estudios: no existía una distinción clara entre las unidades de carácter teórico y las de orientación práctica.
- Nueva propuesta vigente: se establece una diferenciación precisa entre ambos tipos de unidades, lo que facilita a los estudiantes integrar la teoría con la práctica y aplicar sus aprendizajes de manera más efectiva.

3. *Comparación de flexibilidad*

- Antiguo plan de estudios: no ofrecía oportunidades de especialización o elección de trayectorias académicas personalizadas.
- Nueva propuesta vigente: se incorpora un enfoque flexible que permite la elección temprana de áreas de especialización, adaptándose a los intereses individuales de los estudiantes y a las necesidades del mercado profesional.

4. *Comparación excluyente*

- Antiguo plan de estudios: no se realizaba una comparación sistemática de carácter excluyente. Durante el proceso de actualización se identificaron unidades de aprendizaje con una orientación excesiva hacia técnicas de representación tradicionales —particularmente en el área de expresión gráfica— que se mantenían a lo largo de toda la carrera. Estas requerían modernización para incorporar la ilustración digital y la creación artística original aplicada a la comunicación gráfica. Asimismo, se detectaron deficiencias en la formación tecnológica de docentes y estudiantes, especialmente en el uso de nuevos canales de comunicación digital.

- Nueva propuesta vigente: Se establece un mecanismo de revisión continua que permite identificar y actualizar de forma sistemática las unidades obsoletas, según las necesidades actuales.

En resumen, el plan de estudios vigente corrige eficazmente las deficiencias identificadas en la versión anterior. Su estructura se orienta hacia la actualización constante, la flexibilidad curricular, el desarrollo integral de habilidades y la vinculación con el sector productivo. Del mismo modo, promueve el emprendimiento y la gestión empresarial como competencias esenciales para enfrentar un mercado laboral en permanente transformación. La investigación en diseño gráfico adquiere un papel central al fomentar el pensamiento crítico, analítico y creativo. Finalmente, la incorporación del aprendizaje de idiomas y la participación en proyectos reales fortalecen la preparación de los estudiantes para desempeñarse con solvencia en contextos profesionales contemporáneos.

Ambiente laboral y profesionalismo

Un entorno laboral positivo y profesional constituye un factor esencial para el éxito en cualquier ámbito productivo. La nueva propuesta curricular enfatiza la importancia de que los estudiantes desarrollen una ética de trabajo sólida, acompañada de la capacidad de adaptarse a diversos contextos laborales y de mantener una actitud proactiva y responsable frente a los retos profesionales.

Enfoque para el futuro

El nuevo plan de estudios se encuentra alineado con las demandas emergentes de la profesión del diseño gráfico, destacando la importancia de una pedagogía flexible y contextualizada en el entorno contemporáneo. La acelerada evolución de la tecnología, los medios de comunicación y el mercado laboral exige que las instituciones educativas preparen a los estudiantes no solo para afrontar los desafíos actuales, sino también para anticipar y responder a los retos del futuro.

El diseño gráfico es una disciplina en constante transformación, impulsada por los avances tecnológicos y las crecientes demandas sociales. Por lo tanto, un plan de estudios que no se mantenga actualizado corre el riesgo de volverse obsoleto y

de no preparar adecuadamente a los estudiantes para su ejercicio profesional. La nueva propuesta curricular pone un fuerte énfasis en la incorporación de habilidades tecnológicas avanzadas, garantizando que los egresados estén capacitados para desenvolverse en entornos digitalizados donde la creatividad se integra con el dominio de herramientas tecnológicas de vanguardia.

Además de las habilidades tecnológicas, el desarrollo de competencias blandas es fundamental para el éxito en esta disciplina. Los estudiantes deben dominar el uso de software y técnicas visuales, así como ser comunicadores efectivos, solucionadores de problemas y pensadores críticos. La colaboración con la industria y la participación en proyectos reales proporcionan la experiencia práctica necesaria para fortalecer estas competencias y enfrentar con éxito el mercado laboral.

Enfoque internacional y especialización

El nuevo plan de estudios ofrece a los estudiantes la oportunidad de explorar áreas de interés específico y de desarrollar competencias que les faciliten desenvolverse en un mercado global. El énfasis en el aprendizaje del idioma inglés refuerza la importancia de la comunicación intercultural y la proyección internacional dentro del campo del diseño gráfico.

Formación en emprendimiento y gestión empresarial

La incorporación de contenidos orientados al emprendimiento y la gestión empresarial constituye una adición especialmente valiosa, considerando que una parte significativa de los diseñadores gráficos ejerce su profesión de manera independiente o en pequeñas empresas. Esta formación brinda a los estudiantes las herramientas necesarias para planificar, administrar y ejecutar proyectos, además de favorecer una comprensión más profunda del entorno empresarial.

Vinculación con la industria y proyectos reales

Otro pilar fundamental del nuevo plan de estudios es la vinculación con la industria y la incorporación de proyectos reales dentro del proceso formativo. Esta estrategia permite a los estudiantes aplicar los conocimientos teóricos en contextos

prácticos, fortaleciendo su capacidad de resolución de problemas y favoreciendo el desarrollo de un portafolio profesional sólido. Asimismo, contribuye a una transición más efectiva hacia el mercado laboral.

Fomento de la investigación

Por último, el fomento de la investigación en diseño gráfico es crucial para impulsar la innovación y la generación de conocimiento. Los diseñadores no solo deben adaptarse a las tendencias del mercado, sino también contribuir activamente a la evolución de la disciplina a través de la investigación y la experimentación, enriqueciendo tanto su desarrollo profesional como el campo en su conjunto.

Conclusiones

El nuevo plan de estudios de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica del CUAAD de la Universidad de Guadalajara se fundamenta en un enfoque pedagógico actualizado, centrado en el estudiante, que responde a las demandas cambiantes de la profesión. Este modelo curricular está orientado a formar profesionales con las competencias necesarias para enfrentar los retos actuales y futuros del diseño gráfico, asegurando su capacidad para integrarse con éxito en un entorno laboral en constante evolución.

Uno de los aspectos más relevantes de este nuevo plan es su flexibilidad y su estrecha vinculación con la industria, lo que permite a los estudiantes adaptar su proceso de aprendizaje a las necesidades del mercado laboral y a las innovaciones tecnológicas. Además de fortalecer las competencias técnicas, se pone especial énfasis en el desarrollo de habilidades transversales como el liderazgo, la comunicación efectiva, el emprendimiento y la capacidad de adaptación a contextos en permanente transformación. Estas competencias constituyen los pilares fundamentales para el éxito profesional de los futuros diseñadores gráficos.

El nuevo plan de estudios también promueve una formación integral que no se limita al dominio de herramientas y técnicas. Los estudiantes son formados como agentes de cambio capaces de diagnosticar y resolver problemas complejos de comunicación gráfica, coordinar proyectos y adaptarse a un entorno que demanda

soluciones creativas e innovadoras. Esto sitúa al diseñador gráfico no solo como un técnico, sino como un profesional integral que contribuye activamente al desarrollo de la disciplina.

Además, este plan responde de manera directa a las necesidades del mercado laboral actual, enfocándose en habilidades y competencias ampliamente valoradas, como la capacidad de adaptación a las nuevas tecnologías y a las tendencias emergentes. A diferencia del plan anterior, que evidenciaba una desconexión entre la formación académica y las exigencias del mercado laboral, la nueva propuesta establece una articulación más estrecha entre ambos sectores. De este modo, proporciona a los estudiantes las herramientas necesarias para desenvolverse con eficacia en entornos laborales cambiantes, dinámicos y orientados a la innovación.

Estas mejoras no solo preparan de manera más efectiva a los estudiantes para responder a las exigencias del presente, sino que también contribuyen a fortalecer la profesión a largo plazo. La integración de habilidades blandas junto con competencias técnicas avanzadas promueve una visión holística del diseñador gráfico como un profesional capaz de abordar desafíos multidisciplinarios. Por lo anterior, surge una interrogante fundamental: ¿cómo impactarán estos cambios en los egresados y en la industria? El nuevo plan de estudios no solo redefine el perfil de los futuros profesionales, sino que también anticipa las tendencias del sector, posicionando a los egresados a la vanguardia de un campo en constante transformación.

Por lo tanto, las implicaciones de estas mejoras se extienden más allá del ámbito educativo, al influir de manera directa en la industria del diseño gráfico mediante la formación de profesionales mejor preparados para contribuir significativamente al desarrollo de proyectos creativos y estratégicos. ●

Referencias

- Arnaz, J. (1981). *La planificación curricular* (2ª ed.). Editorial Trillas.
- Coll, C. (1994). *Psicología y currículum: Una aproximación psicopedagógica a la elaboración del currículum escolar*. Paidós.
- Díaz-Barriga, F. (2011). *Metodología de diseño curricular para educación superior*. Trillas.
- Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación. (2016). *La educación Obligatoria en México. Informe 2016*. INEE. https://sil.gob.mx/Archivos/Documentos/2016/04/asun_3366839_20160421_1461247524.pdf
- Taba, H. (1974). *Elaboración del currículum*. Editorial Troquel.
- Tyler, R., & White, Sh. (1979). *Testing, teaching, and learning: Report of a conference on research on testing*. National Institute of Education.
- Valle, M. (2005). Base de comparación de mallas curriculares de carreras de ingeniería civil. *Revista Iberoamericana de Educación*, 36(6). <https://doi.org/10.35362/rie3662786>

CAPÍTULO IV



Las prácticas profesionales como complemento de las competencias del estudiante de diseño gráfico

Monica Georgina Avelar Bribiesca  

Marcela del Rocío Ramírez Mercado  

Cynthia Lizette Hurtado Espinosa  

Resumen

Este capítulo presenta un análisis comparativo de la percepción de egresados, empleadores, estudiantes y profesores respecto a las prácticas profesionales en la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica de la Universidad de Guadalajara, en dos momentos distintos (2018 y 2022). El estudio permite observar su evolución, así como identificar diferencias y coincidencias entre los diversos actores involucrados. Asimismo, se incorporan aportaciones teóricas que destacan la relevancia de las prácticas profesionales, en tanto que “se debe ver clara la diferencia entre la formación para la inserción en el lugar de trabajo y la educación para el avance del conocimiento en un campo” (Frascara, 2018, p.57); esta afirmación se contrasta y enriquece con las perspectivas recogidas a partir de las experiencias de los participantes.

Palabras clave: diseño gráfico, plan de estudios, prácticas profesionales

Introducción

La Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica (LDCG) de la Universidad de Guadalajara (UdeG) fue aprobada el 1º de septiembre de 1990. A lo largo de sus 33 años de existencia, el plan de estudios ha experimentado diversas modificaciones orientadas a fortalecer la calidad educativa y responder a las necesidades del entorno profesional. La reestructuración más reciente, implementada en 2019, incorporó actualizaciones importantes, entre las cuales destaca la incorporación obligatoria de las prácticas profesionales como parte integral de la formación estudiantil.

En los planes de estudio anteriores, las prácticas profesionales no constituían un requisito para la titulación ni formaban parte obligatoria de la trayectoria académica de los estudiantes; no obstante, su realización era una práctica frecuente, impulsada principalmente por el interés de las empresas o de los propios alumnos, quienes acudían a las coordinaciones de carrera para solicitar la formalización de un convenio de práctica profesional. Si bien las coordinaciones no son las instancias responsables de gestionar estos convenios, sí participan en el seguimiento del proceso en colaboración con la figura del tutor académico.

Gracias a que esta actividad, aun sin ser obligatoria, se realizaba de manera constante, en 2018 se decidió discutir la pertinencia de establecer las prácticas profesionales como un requisito formal dentro del plan de estudios. Para ello, se llevaron a cabo mesas de trabajo con el fin de analizar a profundidad los nuevos lineamientos curriculares que entrarían en vigor al año siguiente. Estas mesas estuvieron conformadas por diversos miembros de la comunidad académica y profesional vinculada con la LDCG, entre ellos profesores, estudiantes, egresados y empleadores.

Uno de los principales objetivos de este ejercicio fue recopilar las opiniones y perspectivas de los distintos actores que conforman la comunidad de diseñadores gráficos de la Universidad de Guadalajara, con el propósito de analizar los beneficios de incorporar las prácticas profesionales en el nuevo plan de estudios como requisito para la titulación.

Resulta importante considerar el contexto en el que se desarrollaron los trabajos de las mesas, recordando que, en ese momento, las prácticas profesionales no eran de carácter obligatorio y solo las realizaban aquellos estudiantes motivados

por el deseo de aprender o por las oportunidades que surgían. En consecuencia, no existía una experiencia generalizada que permitiera dimensionar plenamente los beneficios potenciales de esta actividad ni un conocimiento suficiente sobre las posibles contradicciones o limitaciones que podían presentarse en los convenios. Bajo este contexto, las respuestas obtenidas reflejan principalmente percepciones subjetivas, más que experiencias concretas.

Tres años después se llevó a cabo un segundo análisis siguiendo la misma metodología, a través de mesas de trabajo conformadas por participantes internos y externos, y utilizando el mismo conjunto de preguntas. La principal diferencia radica en que, para este momento, las prácticas profesionales ya se habían establecido como requisito obligatorio, dado que el nuevo plan de estudios contaba con tres años de implementación. Esto permitió recopilar información basada en la experiencia directa, y no únicamente en las expectativas planteadas en el análisis previo.

Los resultados obtenidos a partir de las entrevistas reflejaron un panorama positivo. Entre las principales ventajas señaladas se encuentran el aprendizaje en un entorno real de trabajo, la motivación, la capacitación y el intercambio de ideas. Asimismo, se identificaron áreas de oportunidad que requieren atención para fortalecer y mejorar la experiencia de aprendizaje que ofrecen las prácticas profesionales.

Las prácticas profesionales

En el proceso formativo del estudiante existen diversas estrategias orientadas al desarrollo de las competencias que conforman su perfil de egreso; entre ellas se encuentran el desarrollo de proyectos de diseño, las visitas de campo, los viajes de estudio, el servicio social, la participación en eventos académicos y las prácticas profesionales, entre otras. La flexibilidad de estas opciones permite al estudiante elegir actividades que le faciliten explorar distintas posibilidades de desempeño del diseñador gráfico: algunas le ofrecen ejemplos concretos del quehacer profesional; otras, la oportunidad de interactuar con diseñadores experimentados o exitosos. Sin embargo, una de las experiencias que mejor articula la teoría con la práctica en un contexto laboral —o en uno que se le asemeja— es precisamente la que se desarrolla a través de las prácticas profesionales.

En México, la realización de las prácticas profesionales no es obligatoria de manera general, sino que depende de lo establecido en los planes de estudio de cada institución. Tal como señala la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (2025), en su artículo 5º, “La ley determinará en cada entidad federativa cuáles son las profesiones que necesitan título para su ejercicio, las condiciones que deban llenarse para obtenerlo y las autoridades que han de expedirlo” (párr.3). Cabe destacar que, desde el año 2015, ya se contemplaba la posibilidad de incluir las prácticas profesionales como requisito para obtener el título en aquellas carreras donde fuera necesario acreditar conocimientos y competencias que garantizaran un ejercicio profesional de calidad. En la iniciativa de reforma al artículo 5º constitucional se establecía que “Asimismo, determinarán los casos en los que la obtención del título para ejercer una profesión requerirá como requisito esencial cumplir con prácticas mediante trabajo profesional previo” (Zamora, 2015), lo que evidencia el reconocimiento de la importancia de las prácticas profesionales en la formación universitaria.

De acuerdo con Zamora (2015), la práctica se entiende como:

el ejercicio de cualquier arte o facultad, conforme a sus reglas; como el ejercicio que bajo la dirección de un maestro y por cierto tiempo, tienen que hacer algunas personas para habilitarse y poder ejercer públicamente su profesión. Por último, también refiere el “contraste experimental de una teoría” o la puesta en práctica de los conocimientos abrevados. (párr.24)

Asimismo, señala la relevancia de las prácticas profesionales como elemento esencial para el otorgamiento de un título profesional:

Debemos mencionar la necesaria implementación de prácticas profesionales, en el entendido de que el título universitario debiera ser un prerrequisito para aspirar a obtener una licencia o certificación para el ejercicio, de tal forma que los conocimientos adquiridos en la universidad sean complementados con la práctica, para así lograr una buena preparación que se traduzca en mejores servicios profesionales. (párr.26)

Esta perspectiva refleja la necesidad estudiantil de experimentar la profesión antes de ejercerla plenamente, mediante la búsqueda de espacios que le permitan desarrollar las competencias requeridas para incorporarse al campo laboral. Implica, además, la importancia de que viva la experiencia de trabajar bajo la orientación de un guía o tutor, como etapa previa a su desempeño profesional autónomo.

De La Vega y Arakaki (2011, como se citó en Cruz et al., 2024) destacan la relevancia de las prácticas profesionales en la formación del estudiante, al constituir una actividad que vincula el aprendizaje adquirido en el aula con las experiencias del ámbito laboral. En el mismo sentido, Hevia (2009, como se citó en Cruz et al., 2024) las define como “espacios en los cuales se promueven la síntesis y reorganización de todos los conocimientos teóricos” (p.154).

Las prácticas profesionales en el CUAAD

En el Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño (CUAAD), particularmente en la LDCG, las prácticas profesionales constituyen una actividad formativa de carácter temporal que permite al estudiante aplicar los conocimientos adquiridos en el aula y, al mismo tiempo, adquirir nuevos saberes. Este proceso contribuye al desarrollo de habilidades, actitudes y valores que en muchos casos el estudiante no había explorado previamente. Una de sus principales finalidades es facilitar la incorporación al mercado laboral, brindando la experiencia necesaria para desenvolverse con mayor competitividad ante la alta demanda del ejercicio profesional.

Los estudiantes tienen la oportunidad de aplicar sus conocimientos en un entorno real, al tiempo que establecen vínculos con profesionales y organizaciones del sector. Esta experiencia les permite comprender de manera directa la dinámica del mercado laboral y, a la vez, construir un portafolio que fortalece sus posibilidades de empleabilidad y éxito en su futura trayectoria como diseñadores gráficos.

En el CUAAD existen dos modalidades de prácticas profesionales: voluntarias y obligatorias. Su carácter depende del plan de estudios de cada licenciatura. En el caso de la LDCG, el plan de estudios vigente establece su obligatoriedad; sin embargo, antes de la reestructuración implementada en 2019, las prácticas profesionales tenían un carácter voluntario.

Las prácticas profesionales consideran tres modalidades:

a) Modalidad In Situ

Esta Modalidad se refiere a la práctica profesional que se realiza dentro de una entidad con convenio vigente durante el periodo establecido en su dictamen. Para el caso de los programas de la propia Red Universitaria se deberá acreditar la solicitud de practicantes a partir del departamento, coordinación, entidad, centro o instituto de investigación.

b) Modalidad Estancia de Investigación

Esta Modalidad se refiere a la práctica profesional que se realiza dentro de una institución de Educación Superior nacional o internacional, así como en centros o institutos de investigación, durante un periodo equivalente al establecido en su dictamen. Para el caso de los programas de la propia Red Universitaria se deberá acreditar que, efectivamente se realizó la estancia a partir del departamento, centro o instituto de investigación.

c) Modalidad Experiencia Profesional

En esta Modalidad no es necesario que el CUAAD cuente con un convenio con la empresa, basta con que el alumno acredite su experiencia laboral formal. (CUAAD, 2019a)

En 2019, año en que fue aprobado el plan de estudios actualmente vigente (CUAAD, 2019b), se estableció la realización de las prácticas profesionales como requisito de egreso. En consecuencia, la primera generación de estudiantes inscrita bajo este plan deberá cumplir con los lineamientos correspondientes para liberar esta actividad y poder egresar de la licenciatura.

Actualmente, se cuenta con 109 convenios vigentes con instituciones pertenecientes a los sectores privado, público e institucional; entre ellas destacan Dimensión 360, el Ayuntamiento de Guadalajara, El Colegio de Jalisco, Comercial Toyo S.A de C.V. y Distrito Digital J&A, por mencionar solo algunos de los espacios donde los estudiantes pueden realizar sus prácticas profesionales.

Las prácticas profesionales de la LDCG desde el punto de vista de los empleadores (2018 y 2022)

El panorama de 2018 resulta mayormente positivo desde la perspectiva de los empleadores. En la Tabla 1 se presentan 12 categorías identificadas a partir de las respuestas de los entrevistados, quienes expresaron su percepción sobre la incorporación oficial de las prácticas profesionales en el nuevo plan de estudios de la LDCG.

Tabla 1*Información proporcionada por empleadores 2018*

	Categorías	Frecuencia
1	Experiencia real	13
2	Capacitación	5
3	Aprendizaje y retroalimentación	4
4	Ingresos	4
5	Oportunidad de acceder a mejores trabajos	3
6	Abusos	3
7	Inexperiencia y no saber qué hacer	2
8	Práctica sus conocimientos	2
9	Mentor	2
10	Malos hábitos	2
11	Dificulta la contratación de diseñadores profesionales	2
12	Obligatorias	2

La categoría que alude a la adquisición de experiencias reales relacionadas con la formación profesional obtuvo un total de 13 menciones. Esto sugiere que el principal beneficio percibido por los empleadores radica en que los estudiantes tienen la oportunidad de experimentar el trabajo real desde una perspectiva formativa.

La segunda categoría con mayor número de menciones fue la de capacitación, con un total de cinco. Esto indica que las dos categorías más frecuentes reflejan la percepción del empleador como un agente formador, que contribuye de manera significativa al proceso educativo del estudiante al fungir como capacitador y complemento de su formación académica.

Con cuatro menciones, las categorías aprendizaje y retroalimentación, así como la categoría ingresos, ocuparon el tercer lugar en frecuencia. Este resultado reafirma lo señalado anteriormente: los empleadores se conciben a sí mismos como agentes formadores que contribuyen al desarrollo del estudiante desde su posición dentro del ámbito laboral. En cuanto a la categoría de ingresos, es importante señalar que la remuneración no constituye un requisito obligatorio y queda a discreción del empleador al momento de firmar el convenio entre las partes; por ello, cuando

se otorgan incentivos económicos, estos suelen corresponder a apoyos simbólicos destinados a cubrir gastos básicos del estudiante, como alimentos o transporte hacia las instalaciones donde realiza sus prácticas.

La quinta categoría con mayor número de menciones corresponde al beneficio de contar con una mayor oportunidad de acceder a mejores empleos, derivada de la experiencia adquirida durante el desarrollo de los estudios. Otro beneficio identificado, aunque con solo dos menciones, fue el de practicar sus conocimientos, lo que refuerza la idea de que las prácticas profesionales son valoradas como un espacio de aplicación y consolidación del aprendizaje teórico.

A pesar de los beneficios señalados, los empleadores también identificaron algunos aspectos negativos asociados a la realización de las prácticas profesionales. Entre las categorías mencionadas destacan aquellas relacionadas con posibles abusos, la inexperiencia de los practicantes, la presencia de malos hábitos y la dificultad para contratar diseñadores con un nivel de preparación más alto.

A partir de estas categorías, y considerando que el análisis se realiza desde la perspectiva del empleador, puede interpretarse que la decisión de incorporar practicantes responde, en parte, a razones económicas, ya que su contratación representa un costo menor en comparación con la de un diseñador titulado y con experiencia profesional.

Finalmente, la categoría relacionada con la obligatoriedad de las prácticas profesionales obtuvo dos menciones, lo que pone de manifiesto la importancia de incorporarlas formalmente al plan de estudios como requisito de titulación, al igual que el servicio social.

La Tabla 2 presenta los resultados obtenidos en la segunda ocasión en que se llevaron a cabo las mesas de trabajo. Como se mencionó anteriormente, para este momento el plan de estudios contaba con tres años de implementación, lo que permitió disponer de experiencias reales sobre los beneficios que se derivan de la realización de las prácticas profesionales.

Las 12 categorías presentadas en la Tabla 1 se mantienen en la Tabla 2; sin embargo, se añaden siete nuevas, relacionadas con necesidades para su implementación, como la elaboración de un plan de trabajo, los requerimientos de las empresas, y la detección de habilidades y motivaciones por parte de los estudiantes.

Tabla 2*Información proporcionada por empleadores 2022*

	Categorías	Frecuencia
1	Experiencia real*	8
2	Aprendizaje y retroalimentación*	5
3	Abusos / ahorro para la empresa*	5
4	Capacitación*	4
5	Habilidades	4
6	Importantes	3
7	Oportunidad de acceder a mejores trabajos*	3
8	Obligatorias*	3
9	Necesidad de la empresa	3
10	Cualidades	3
11	Plan de trabajo	3
12	Mentor*	2
13	Gusto por la actividad	2
14	Relaciones	2
15	Ingresos*	1
16	Malos hábitos*	1
17	Práctica sus conocimientos*	1
18	Inexperiencia y no saber qué hacer*	1
19	Dificulta la contratación de diseñadores profesionales*	1

Nota. *Categorías que se repiten en las Tablas 1 y 2.

La Tabla 3 compara las 12 categorías coincidentes en ambos años, lo que permite reafirmar que las prácticas profesionales constituyen una experiencia formativa significativa, al ofrecer oportunidades de aprendizaje en un entorno real.

Cabe destacar que la percepción continúa orientándose hacia la valoración de las prácticas profesionales como una experiencia que brinda aprendizaje y retroalimentación; no obstante, se reconoce que pueden presentarse malas prácticas, como el aprovechamiento de la mano de obra estudiantil a bajo costo. Aun así, prevalece la consideración de que las prácticas son esenciales y de carácter obligatorio, ya que los beneficios que aportan superan sus posibles desventajas.

Tabla 3*Comparativa de las categorías coincidentes sobre la percepción de los empleadores*

Categorías		2018	2022	Total
1	Experiencia real	13	8	21
2	Aprendizaje y retroalimentación	4	5	9
3	Abusos / ahorro para la empresa	3	5	8
4	Capacitación	5	4	9
5	Oportunidad de acceder a mejores trabajos	3	3	6
6	Obligatorias	3	3	6
7	Mentor	3	1	4
8	Ingresos	4	1	5
9	Malos hábitos	2	1	3
10	Práctica sus conocimientos	2	1	3
11	Inexperiencia y no saber que hacer	2	1	3
12	Dificulta la contratación de diseñadores profesionales	2	1	3

Las prácticas profesionales de la LDCG desde el punto de vista de los egresados (2018 y 2022)

Los egresados desempeñan un papel fundamental en el ámbito profesional, ya que aportan conocimientos, habilidades e innovación al entorno laboral. Su formación académica y experiencia contribuyen al progreso de la sociedad mediante la mejora de la competitividad y la calidad en el ejercicio profesional. Por ello, su opinión respecto a las prácticas profesionales resulta especialmente valiosa para comprender su impacto y relevancia en la preparación de los futuros diseñadores gráficos.

La Tabla 4 presenta la información recabada en 2018 sobre la percepción y opinión de los egresados en torno a las prácticas profesionales. Es importante señalar que, en ese año, dichas prácticas aún no se consideraban un requisito para la titulación. A partir del análisis realizado, se identificaron y clasificaron 11 categorías que concentraron las principales respuestas de los participantes.

De acuerdo con los resultados, los egresados coinciden en que las prácticas profesionales ofrecen aprendizajes significativos dentro del campo laboral, al proporcionar una perspectiva muy distinta de la obtenida en el aula; consideran que esta

experiencia les permite complementar los conocimientos adquiridos durante su formación académica y aplicarlos en contextos reales de trabajo; asimismo, destacan que las prácticas amplían sus oportunidades de inserción laboral, facilitan la creación de un portafolio más sólido y favorecen el establecimiento de vínculos con profesionales o empresas que pueden resultar valiosos en el futuro. En conjunto, estos elementos contribuyen a fortalecer su experiencia profesional y su capacidad para competir en el mercado laboral. Además, subrayan que las prácticas representan un primer acercamiento a la realidad del ejercicio profesional.

Entre las categorías destacadas también se encuentran aquellas que evidencian percepciones negativas por parte de los egresados. Algunos consideran que durante sus prácticas profesionales se presentan casos de abuso laboral y una remuneración insuficiente en relación con las tareas desempeñadas y el tiempo invertido. Asimismo, señalan que, en muchos casos, no son incorporados a proyectos de gran envergadura, sino que se les asignan actividades básicas y limitadas, lo que genera la sensación de ser utilizados más que formados. No obstante, también se registraron experiencias en las que se les brindó la oportunidad de resolver problemas y proponer soluciones de manera autónoma.

Tabla 4

Información proporcionada por los egresados 2018

	Categorías	Frecuencia
1	Aprendizaje	13
2	Oportunidades	18
3	Actividades limitadas y básicas	4
4	El que resuelve-ejecuta	7
5	Experiencia profesional	14
6	Abuso laboral	10
7	Poca remuneración	8
8	El diseño como inversión	2
9	Apego a la realidad	9
10	Vinculación	1
11	Frustración y desilusión	3

Con menor frecuencia, los egresados expresan sentimientos de desilusión o frustración en relación con las expectativas que tenían al realizar este tipo de prácticas, especialmente cuando la experiencia no cumple con lo que esperaban en términos de aprendizaje o desarrollo profesional.

La Tabla 5 presenta el análisis de las mismas categorías consideradas en la Tabla 4, esta vez a partir de la información recabada con los egresados en 2022. Si bien para ese año el nuevo plan de estudios ya se encontraba en vigor, aún no había egresado la primera generación formada bajo ese plan.

Tabla 5

Información proporcionada por los egresados 2022

	Categorías	Frecuencia
1	Aprendizaje	4
2	Oportunidades	6
3	Actividades limitadas y básicas	3
4	El que resuelve-ejecuta	1
5	Experiencia profesional	6
6	Abuso laboral	3
7	Poca remuneración	4
8	El diseño como inversión	10
9	Apego a la realidad	6
10	Vinculación	1
11	Frustración y desilusión	3

Se observa que la categoría con mayor número de menciones, con un total de diez, corresponde a la noción del diseño como inversión. En este sentido, se destaca que las empresas se ven sustancialmente beneficiadas por los servicios que ofrecen los estudiantes de esta disciplina, quienes son capaces de implementar estrategias y soluciones gráficas que contribuyen al crecimiento de las organizaciones. Asimismo, entre las categorías con seis menciones, los egresados destacan que las prácticas profesionales representan una oportunidad valiosa para su desarrollo, al brindarles una visión más apegada a la realidad laboral y permitirles ampliar su perspectiva sobre el ejercicio profesional del diseño.

Con menor frecuencia, aunque aún presentes en las respuestas de los egresados, se mencionan categorías relacionadas con la vinculación, el abuso laboral, el aprendizaje y las actividades realizadas durante las prácticas. Si bien su aparición es menos recurrente, resulta relevante considerarlas y otorgarles la debida atención, pues reflejan aspectos que inciden directamente en la calidad de la experiencia formativa.

La Tabla 6 presenta una comparación entre las Tablas 4 y 5, mostrando la suma total de las categorías correspondientes a ambos años. Se observa que las cuatro categorías con mayor número de menciones reflejan una valoración positiva de las prácticas profesionales, al considerarlas como oportunidades para el crecimiento en el ámbito laboral. Asimismo, los egresados destacan que estas experiencias les permiten adquirir aprendizaje y mantener un contacto directo con la realidad profesional, aspectos que resultan fundamentales para contar con las herramientas necesarias que les permitan destacar en su desempeño futuro.

Tabla 6
Comparativa de las categorías coincidentes sobre la percepción de los egresados

Categorías		2018	2022	Total
1	Aprendizaje	13	4	17
2	Oportunidades	18	6	24
3	Actividades limitadas y básicas	4	3	7
4	El que resuelve-ejecuta	7	1	8
5	Experiencia profesional	14	6	20
6	Abuso laboral	10	3	13
7	Poca remuneración	8	4	12
8	El diseño como inversión	2	10	12
9	Apego a la realidad	9	6	15
10	Vinculación	1	1	2
11	Frustración y desilusión	3	3	6

Vale la pena destacar que la categoría correspondiente al abuso laboral registró 13 menciones, lo que evidencia una preocupación recurrente entre los egresados. Se percibe que el trabajo del diseñador gráfico suele ser poco valorado económicamente, lo cual no solo demerita la profesión, sino también el esfuerzo del estudiante. En este sentido, los participantes señalan que el tiempo y la dedicación invertidos en las prácticas profesionales no siempre se ven reflejados en una retribución justa.

Las prácticas profesionales de la LDCG desde el punto de vista de los docentes (2018 y 2022)

El análisis de la información recabada desde la perspectiva de los docentes en el año 2018 permitió identificar 17 categorías (Tabla 7). Las menciones se concentraron en las tres primeras: experiencia real, abusos relacionados con el tema de los pagos y una retribución justa. Estas dos últimas se separaron intencionalmente, ya que mientras una evidencia la posibilidad de abusos en la relación laboral, la otra expresa la necesidad de garantizar una compensación económica adecuada para los estudiantes.

Como se ha mencionado con anterioridad, en el momento en que se llevó a cabo la discusión, las prácticas profesionales aún no eran obligatorias; sin embargo, existía un convenio de colaboración que dejaba a criterio del empleador tanto la posibilidad de otorgar apoyo económico como el monto correspondiente. Esta situación explica por qué los docentes enfatizaron la importancia de dicha categoría en sus respuestas.

Un aspecto relevante señalado por los docentes es la preocupación ante la posible deserción de los estudiantes, quienes podrían sentirse atraídos por las actividades que realizan durante sus prácticas profesionales, especialmente si estas se acompañan de un ingreso económico fijo.

Los docentes también expresaron inquietudes relacionadas con la estructura de las prácticas profesionales. Entre sus planteamientos destacan la necesidad de establecer un plan de trabajo claramente definido y de considerar modalidades diferenciadas para su cumplimiento, ya sea mediante (a) una cantidad determinada de horas o (b) la realización de un proyecto específico.

Otro aspecto relevante señalado por los docentes es el acercamiento que los estudiantes pueden tener con empresarios durante el desarrollo de sus prácticas. Este contacto constituye, sin duda, una parte valiosa del proceso de aprendizaje, pues al integrarse en un entorno laboral real, los alumnos tienen la oportunidad de interactuar con diversos actores que contribuyen a su crecimiento profesional.

La categoría relacionada con la obligatoriedad de las prácticas profesionales fue mencionada en dos ocasiones, al igual que la postura que propone mantenerlas como una opción voluntaria.

Tabla 7

Información proporcionada por los docentes 2018

	Categorías	Frecuencia
1	Experiencia real	10
2	Abusos no pagos reales	9
3	Apoyos Justos / buena retribución	5
4	Modalidad por proyecto	2
5	Promedio	2
6	Los alumnos no exigen (derechos)	2
7	Percepción	2
8	Fundamento de la práctica	2
9	Red de empresarios y egresados	2
10	Opcionales	2
11	Estructura de compromisos	2
12	Obligatoriedad	2
13	Ideas nuevas	2
14	Riesgo de deserción escolar	2
15	Ventajas	2
16	Necesidad	2
17	Aportan ideas nuevas	2

En el ejercicio realizado en 2022 se identificaron 23 categorías (Tabla 8), seis más que en el análisis anterior, de las cuales 16 coinciden con las registradas en 2018.

La principal diferencia radica en que la categoría con más menciones corresponde a los abusos relacionados con los incentivos, percibidos como insuficientes o simbólicos por el hecho de que los participantes son estudiantes. En segundo lugar, se mantiene la experiencia real como un beneficio constante asociado a la práctica profesional. Finalmente, con tres menciones cada una, destacan las categorías oportunidades laborales y aportación de ideas nuevas, esta última vinculada con la visión fresca y creativa que los estudiantes aportan a los espacios de trabajo.

Tabla 8

Información proporcionada por los docentes 2022

	Categorías	Frecuencia
1	Abusos / pagos no reales*	8
2	Experiencia real*	5
3	Oportunidad Laboral	3
4	Aportan ideas nuevas*	3
5	Resolución de problemas	2
6	Los alumnos no exigen (derechos) *	2
7	Conocimiento técnico	2
8	Evaluación por resultados	2
9	Trabajo en tareas que nadie quiere hacer	2
10	Toma de decisiones	2
11	Estructura de compromisos*	1
12	Obligatoriedad*	1
13	Riesgo de deserción escolar*	1
14	Ventajas*	1
15	Necesidad*	1
16	Promedio*	1
17	Modalidad por proyecto*	1
18	Percepción*	1
19	Opcionales*	1
20	Red de empresarios y egresados*	1
21	Fundamento de la práctica*	1
22	Apoyos Justos / buena retribución*	1

Nota. *Categorías que se repiten en las Tablas 7 y 8.

La categoría referida a los derechos de los estudiantes se encuentra estrechamente relacionada con la de abusos. Aunque el empleador puede ofrecer una remuneración, es la universidad la encargada de proporcionar el seguro correspondiente, lo que representa un beneficio económico para la empresa y, al mismo tiempo, la exime de asumir compromisos laborales con el practicante.

En la Tabla 9 se presenta una comparación tanto de las categorías como del número de menciones y el total de estas.

Tabla 9

Comparativa de las categorías coincidentes sobre la percepción de los docentes

Categorías		2018	2022	Total
1	Abusos / pagos no reales	6	8	15
2	Experiencia real	10	5	14
3	Los alumnos no exigen (derechos)	2	3	5
4	Aportan ideas nuevas	2	3	5
5	Estructura de compromisos	2	1	3
6	Obligatoriedad	2	1	3
7	Riesgo de deserción escolar	2	1	3
8	Ventajas	2	1	3
9	Necesidad	2	1	3
10	Promedio	2	1	3
11	Modalidad por proyecto	2	1	3
12	Percepción	2	1	3
13	Opcionales	2	1	3
14	Red de empresarios y egresados	2	1	3
15	Fundamento de la práctica	2	1	3
16	Apoyos justos / buena retribución	5	1	6

A partir del análisis anterior, se destaca la importancia de establecer una metodología que oriente al estudiante durante el desarrollo de sus prácticas profesionales, con el fin de promover un aprendizaje desde la perspectiva del mundo laboral. Esta metodología debe garantizar condiciones equitativas, evitando omisiones que puedan colocar al alumno en una situación de desventaja frente a su empleador.

Las prácticas profesionales de la LDCG desde el punto de vista de los estudiantes (2018 y 2022)

La opinión y percepción de los estudiantes sobre las prácticas profesionales resulta de gran relevancia, ya que de ello depende que las asuman con entusiasmo o, por el contrario, las perciban como una carga o una imposición injusta. En el análisis de los datos obtenidos en 2018 se identificaron 15 categorías (Tabla 10), entre las cuales destaca con mayor frecuencia la de aprendizaje. Los estudiantes señalan que las prácticas les ayudan a enfrentar problemas no previstos, a comprender los desafíos de la vida profesional, a fortalecer su capacidad de argumentación y conceptualización bajo presión, así como a modificar paradigmas. Reconocen, además, que algunos métodos de trabajo son altamente especializados, que “la práctica hace al maestro” y que esta experiencia puede representar una transición efectiva hacia la vida laboral, otorgándoles mayor seguridad en su desempeño.

Tabla 10

Información proporcionada por los estudiantes 2018

	Categorías	Frecuencia
1	Pago bajo	12
2	Apoyo operativo	2
3	Reciprocidad	2
4	Tiempo	2
5	Aprendizaje	19
6	Sin opinión	3
7	Acciones en torno a	4
8	Contactos	5
9	Mejor inserción laboral	4
10	Experimentación	1
11	Engaño	1
12	Reconocimiento	1
13	Sin desventajas	1
14	Para CV	1
15	Descuido	1

Asimismo, los estudiantes señalan que, en muchos casos, las prácticas profesionales se reducen a labores de apoyo operativo, como sacar copias o realizar mandados. En la categoría reciprocidad, mencionan que la compensación económica suele corresponder al nivel de aportación que brindan a la empresa. La categoría tiempo hace referencia a la carga laboral excesiva que, en ocasiones, les exige dedicar una gran parte de su jornada diaria. En cuanto a la categoría sin opinión, se indica que, en algunos casos, los practicantes no tienen la posibilidad de expresar libremente sus puntos de vista sobre la experiencia.

En cuanto a las acciones en torno a las prácticas, los estudiantes sugieren que deberían ser obligatorias, que deberían mejorarse los espacios destinados a su realización y promoverse una mayor conciencia sobre la seriedad con que deben asumirse. Respecto a la categoría contactos, destacan la oportunidad de establecer vínculos con profesionales experimentados y de trayectoria reconocida. En relación con la inserción laboral, consideran que las prácticas pueden facilitar una incorporación más rápida al mercado de trabajo, ya que en algunos casos las empresas forman al practicante con la intención de contratarlo posteriormente. Sin embargo, también expresan preocupación por posibles engaños, como la promesa de beneficios o remuneraciones que finalmente no se cumplen. Por otra parte, reconocen que las prácticas representan un reconocimiento a su labor y a su aporte social, además de constituir un elemento valioso para su *curriculum vitae*. Finalmente, señalan que en algunos casos existen deficiencias en la orientación que reciben, lo que genera confusión respecto a las actividades que deben desempeñar.

En el año 2022 se identificaron siete categorías derivadas del análisis de las respuestas de los estudiantes participantes. En ellas se enfatiza el aprendizaje como el principal beneficio de las prácticas profesionales, al permitirles familiarizarse con la realidad del ejercicio profesional del diseñador gráfico. Asimismo, los estudiantes mencionan que estas experiencias les ayudan a mantenerse actualizados en cuanto a novedades y tendencias del sector, a generar un portafolio y adquirir experiencia, a reconocer si realmente les interesa el área en la que decidieron participar y a aprender nuevas metodologías de trabajo.

Tabla 11*Información proporcionada por los estudiantes 2022*

	Categorías	Frecuencia
1	Pago bajo	6
2	Aprendizaje	19
3	Acciones en torno a	7
4	Contactos	1
5	Engaño	3
6	Reconocimiento	1
7	Inversión	8

La categoría pago bajo hace referencia a la percepción de que la retribución económica otorgada a los practicantes suele ser mínima. Algunos estudiantes señalan que ciertas empresas consideran el diseño gráfico como un gasto prescindible y, por ello, buscan la opción más económica o incluso argumentan no contar con recursos suficientes para contratar personal. En cuanto a las acciones en torno a las prácticas, los participantes sugieren que se evalúe tanto el desempeño de los practicantes como el de las empresas receptoras, ya que identifican una falta de educación y compromiso por ambas partes. Consideran que para que las prácticas funcionen adecuadamente debe existir un equilibrio entre las responsabilidades y beneficios de cada actor involucrado.

Respecto a la categoría contactos, los estudiantes destacan la posibilidad de establecer conexiones significativas con posibles empleadores. Sin embargo, advierten también la presencia de situaciones de engaño, cuando las empresas asignan a los practicantes tareas equivalentes a las de un empleado contratado, pero con mayores exigencias y sin una compensación justa, apropiándose además del crédito por los resultados obtenidos. Por otro lado, la categoría reconocimiento se asocia con la idea de que contar con practicantes representa una inversión para las empresas. En esta misma línea, la categoría inversión enfatiza los múltiples beneficios que puede aportar la presencia de un diseñador gráfico, como atraer nuevos clientes, fortalecer el posicionamiento, alcanzar públicos específicos y contribuir al crecimiento del negocio.

Con el propósito de identificar las coincidencias y los aspectos que se mantienen a lo largo del tiempo, se elaboró la Tabla 12, en la cual se conservaron únicamente las siete categorías registradas en 2022. Esto permite comparar la frecuencia de aparición de dichas categorías en ambos años de análisis, ofreciendo una visión más precisa de la evolución en las percepciones de los estudiantes.

Tabla 12

Comparativa de las categorías coincidentes sobre la percepción del estudiante

Categorías		2018	2022	Total
1	Pago bajo	12	6	18
2	Aprendizaje	19	19	38
3	Acciones en torno a	4	7	11
4	Contactos	5	1	6
5	Engaño	1	3	4
6	Reconocimiento	1	1	2
7	Inversión	1	8	9

Resulta alentador observar que, con el paso del tiempo, la percepción de los estudiantes respecto a las prácticas profesionales ha mejorado. Se advierte una disminución en las opiniones relacionadas con la baja remuneración, mientras que la categoría de aprendizaje se mantiene constante, aunque enriquecida con nuevas y complementarias aportaciones. En 2022 se registran más sugerencias orientadas a fortalecer el proceso de las prácticas, junto con un ligero incremento en la percepción de engaño. Finalmente, destaca la valoración de las prácticas como una inversión que las empresas deberían realizar para obtener múltiples beneficios. En conjunto, estos resultados reflejan una evolución hacia una percepción cada vez más favorable por parte de los estudiantes.

Conclusiones

El análisis derivado de las mesas de trabajo aporta información valiosa sobre los beneficios percibidos en torno a la realización de prácticas profesionales durante el año 2018, cuando aún no existía la obligatoriedad de llevarlas a cabo. Estos ha-

llazgos se ven reafirmados en el ejercicio correspondiente a 2022, momento en el que las prácticas ya formaban parte obligatoria del plan de estudios, lo que permitió contrastar percepciones basadas en expectativas con aquellas sustentadas en la experiencia real.

Desde la perspectiva del empleador, destacan como aspectos más relevantes de la práctica profesional la adquisición de experiencias reales de trabajo, el fortalecimiento del conocimiento y la capacitación. Sin embargo, en el segundo ejercicio realizado en 2022, emerge una nueva categoría que señala posibles abusos por parte de algunas empresas, las cuales solicitan practicantes debido a que la remuneración simbólica que se les otorga representa un ahorro económico para la organización.

Cabe señalar que la mayoría de las categorías identificadas presentan una valoración positiva respecto a las prácticas profesionales. Las pocas percepciones negativas se relacionan principalmente con la necesidad de hacer valer el derecho a una remuneración justa por el trabajo realizado por los estudiantes.

Otros aspectos relevantes que deben destacarse corresponden a las áreas de oportunidad identificadas, entre las cuales se encuentran la necesidad de establecer una planeación más estructurada, considerar no solo la cantidad de horas sino también el trabajo por proyecto, y atender de manera especial la motivación del estudiante. Este último elemento resulta esencial para orientar las prácticas hacia actividades que respondan a sus intereses y favorezcan un desempeño con mejores resultados.

Los egresados reconocen que las prácticas profesionales ofrecen a los estudiantes una experiencia invaluable, al permitirles aplicar los conocimientos adquiridos en el aula dentro de un entorno laboral real; a través de esta vivencia, desarrollan habilidades prácticas, establecen vínculos profesionales con diversas empresas y logran comprender mejor las exigencias del mercado profesional. Esto les permite egresar con una preparación más sólida y con mayores competencias para desempeñarse eficazmente en su área de especialidad. En ambos análisis, 2018 y 2022, la percepción sobre las prácticas profesionales es predominantemente positiva, lo que confirma la pertinencia de haberlas incorporado como requisito de egreso en el nuevo plan de estudios.

En cuanto al panorama presentado por los docentes respecto a la realización de las prácticas profesionales, se observan diferencias notables entre el primer y el se-

gundo ejercicio. En un inicio, el aspecto más destacado fue el aprendizaje; sin embargo, en el segundo análisis cobró mayor relevancia la categoría de abuso, relacionada no solo con la falta de una remuneración digna, sino también con la ausencia de derechos laborales, dado que los practicantes no son considerados empleados formales. La experiencia tangible acumulada tras la implementación obligatoria de las prácticas permitió visibilizar esta problemática, la cual debe ser atendida con seriedad. No obstante, los docentes continúan reconociendo la importancia de la obligatoriedad de las prácticas y su impacto positivo, ya que favorecen la adquisición de experiencia profesional durante la formación académica, amplían las oportunidades de inserción laboral y contribuyen a la construcción de una red de contactos desde etapas tempranas de la carrera.

Con respecto a los estudiantes, se identificaron dos aspectos principales que se repiten tanto en 2018 como en 2022. El primero de ellos se relaciona con el aprendizaje, lo cual constituye un elemento positivo, ya que refleja una valoración favorable de las prácticas profesionales y evidencia que funcionan como una motivación para realizarlas. Una observación destacada en el análisis de 2022 señala que las prácticas también ayudan a los estudiantes a definir si el área en la que desean desempeñarse realmente responde a sus intereses y expectativas; en caso contrario, esta experiencia puede servir como una advertencia oportuna para replantear su rumbo o reconsiderar la elección del campo profesional al que desean dedicarse.

El segundo aspecto al que los estudiantes hicieron referencia fue el pago bajo otorgado por las empresas o instituciones. Aunque esta percepción tuvo una mayor frecuencia en 2018, es posible que con el paso del tiempo las nuevas generaciones prioricen más el aprendizaje que la retribución económica. No obstante, en 2022 surgió una reflexión importante: la necesidad de establecer un equilibrio entre ambas partes; esto implica que, aunque haya disminuido la preocupación por la baja remuneración, debe procurarse una compensación justa y proporcional al trabajo que los practicantes desempeñan, reconociendo así el valor formativo y profesional de su aportación.

Finalmente, puede afirmarse que las prácticas profesionales constituyen una instancia esencial para que los estudiantes experimenten de manera directa el ejercicio profesional y acumulen una valiosa experiencia que enriquece su curriculum

vitae. En la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica, las prácticas representan un componente fundamental del programa educativo, desempeñando un papel decisivo en la formación integral del estudiante y en su preparación para el ámbito laboral; a través de ellas se fomenta la aplicación de los conocimientos teóricos, el desarrollo de habilidades prácticas, la adquisición de experiencia profesional y la construcción de redes de contacto. Todo ello contribuye al fortalecimiento de sus competencias, promueve el aprendizaje continuo y permite retribuir a la comunidad y a la industria.

De acuerdo con Peña y Guerra (2025), existe una brecha entre el conocimiento adquirido en el aula y la realidad profesional, por lo que resulta prioritario implementar metodologías que integren ambos ámbitos y fortalezcan los procesos de aprendizaje dentro del entorno educativo.

Por ello, es necesario generar una sinergia entre los empleadores y la administración del CUAAD, de manera que el desarrollo de las prácticas profesionales resulte benéfico para ambas partes. Asimismo, se recomienda diseñar instrumentos que permitan dar seguimiento al proceso, asegurando la congruencia entre el proyecto inscrito, sus objetivos, entregables y las actividades efectivamente realizadas por el estudiante. De esta forma, las prácticas podrán consolidarse como un ejercicio significativo y provechoso tanto para los participantes directos como para la comunidad académica y profesional en general. ●

Referencias

- Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño. (2019a). *Información proceso alumnos*.
<https://cuaad.udg.mx/?q=informacion-proceso-alumnos>
- Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño. (2019b). *Dictamen Núm. I/2019/172: reestructura el plan de estudios de la Licenciatura en diseño para la Comunicación Gráfica*. Universidad de Guadalajara. <https://drive.google.com/drive/folders/1xQLVYelwuM4CCkM79mp-uvXrORchn8Wv?usp=sharing>
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. (2025). Última reforma publicada. *Diario Oficial de la Federación*, DOF 15-04-2025. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/CPEUM.pdf>
- Cruz, J, I. Y., Cisneros, J. L., & Vences, A. (2024). Prácticas Profesionales y su importancia en la formación universitaria: Caso de estudiantes de la Licenciatura en Educación. *Transdisciplinar. Revista de Ciencias Sociales del CEH*, 4(7), 151–172. <https://doi.org/10.29105/transdisciplinar4.7-149>
- Frascara, J. (2018). *Enseñando diseño*. Ediciones Infinito.
- Peña, L., & Guerra, M. (2025). Práctica profesional en educación superior: una revisión sistemática. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1-20. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-1617>
- Zamora, A. (2015). Iniciativa de proyecto por el que se reforma el artículo 5º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de profesiones. *Gaceta del Senado*, LXIII/1PPO-72/59983. https://www.senado.gob.mx/65/gaceta_del_senado/documento/59983

CAPÍTULO V



Estrategias clave para el éxito profesional del egresado en diseño gráfico en un entorno de transformación constante

Marco Polo Vázquez Nuño



María Eugenia Pérez Cortés



Noé Gilberto Menchaca de Alba



Resumen

Según egresados, académicos, estudiantes y empleadores del ámbito del diseño para la comunicación gráfica, esta disciplina se encuentra en constante evolución y exige una formación integral. Tal preparación implica reconocer las propias fortalezas, adaptarse a las tendencias emergentes, incorporar el uso de nuevas tecnologías y fortalecer competencias técnicas, comunicativas, de resolución de problemas, liderazgo y gestión de clientes. En este contexto, el futuro del diseñador gráfico se vislumbra como multifacético, prometedor y sustentable, ofreciendo a los egresados amplias oportunidades de desarrollo en un entorno sin límites temporales ni geográficos.

Palabras clave: adaptabilidad, diseño gráfico, evolución profesional, tecnología

Introducción

Este capítulo presenta un análisis de los comentarios más significativos de estudiantes, egresados, académicos y empleadores recopilados durante los foros de la Licenciatura en Diseño Gráfico (LDCG) del Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño (CUAAD), realizados en 2018 y 2022. Ambos encuentros coincidieron con la implementación y posterior culminación del nuevo plan de estudios de la LDCG, iniciado en el ciclo académico 2019-A. El contenido del capítulo se organiza a partir de las aportaciones de los distintos participantes y de los temas recurrentes que emergieron en las discusiones de ambas ediciones. En la Tabla 1 se resume visualmente los temas abordados.

Tabla 1
Organización de contenido



En un entorno caracterizado por cambios acelerados y una evolución constante, el diseño gráfico enfrenta desafíos y oportunidades sin precedentes. Para los egresados de esta disciplina, resulta esencial desarrollar la capacidad de adaptarse con éxito a este panorama dinámico. Con el propósito de ofrecer una orientación en este contexto en transformación, se llevó a cabo un análisis exhaustivo en colaboración con estudiantes, egresados, docentes y profesionales del sector del diseño gráfico.

El diseño gráfico, como disciplina creativa y comunicativa, es un pilar fundamental en una sociedad hiperconectada y orientada visualmente. Desde la creación de identidades visuales hasta el desarrollo de interfaces digitales y contenido multimedia, los diseñadores gráficos juegan un papel decisivo en la forma en que el mundo se percibe y se comunica. No obstante, en un entorno donde las tecnologías emergen rápidamente y las expectativas de los clientes se transforman continuamente, el éxito profesional exige mucho más que el dominio de competencias técnicas.

La colaboración interdisciplinaria y el diálogo constante entre estudiantes, egresados, profesores y empresarios han revelado las características esenciales que definen el éxito de los egresados en esta disciplina. Estas claves no solo reflejan la experiencia acumulada, sino que proyectan una visión conjunta de un futuro prometedor para el diseño gráfico en un mundo en constante cambio.

Estrategias clave para el éxito del egresado

En las siguientes secciones se presentan y analizan diez estrategias fundamentales para el éxito profesional en el campo del diseño gráfico, derivadas de un análisis colectivo. Estas estrategias conforman una guía integral que permite a los estudiantes y egresados sobresalir en un entorno profesional caracterizado por la transformación constante. El diseño gráfico es una disciplina dinámica que exige no solo adaptabilidad y creatividad, sino también un enfoque multidimensional capaz de influir significativamente en la comunicación visual y en los procesos culturales. En este contexto de constante evolución, los principios expuestos actúan como guías esenciales para asegurar un futuro promisorio y dinámico en el ámbito del diseño gráfico.

1. Dominio de competencias interpersonales esenciales

El diseño gráfico no se limita a la expresión visual; es una disciplina profundamente interactiva. Desde el comienzo de su formación, los egresados deben desarrollar competencias interpersonales esenciales, ya que la comunicación efectiva con los clientes es crucial para comprender sus necesidades y ofrecer soluciones adecuadas. En los foros, los empleadores subrayaron la importancia de la empatía como factor clave para mantener relaciones laborales saludables y retener a los clientes.

Las empresas valoran cada vez más las habilidades interpersonales, ya que mejoran el trabajo en equipo y fomentan relaciones laborales más saludables y productivas (Universidad Internacional de Valencia, 2018). Además, la comunicación requiere las siguientes habilidades interpersonales:

- a. *Escucha activa*. Esta competencia requiere prestar atención plena y comprender más allá de los sonidos. Según académicos y egresados esto implica captar la perspectiva, intenciones, metas y emociones del interlocutor; sin embargo, no siempre es sencillo debido a las limitaciones de la comunicación y los prejuicios o temores que pueden interferir.
- b. *Respeto y tolerancia*. Estas habilidades son fundamentales para una comunicación efectiva. Reconocer la voz del interlocutor como la de una persona con los mismos derechos implica apreciar la diversidad cultural y social sin emitir juicios previos, lo que favorece una comunicación abierta y sincera.
- c. *Empatía*. Esta habilidad es considerada por todos los actores como una de las competencias interpersonales más importantes, ya que implica la capacidad de ponerse en el lugar del otro y entender sus necesidades, ya sea un superior o un colega. Es más beneficioso esforzarse por comprender a los demás que esperar que nos comprendan.
- d. *Precisión en la comunicación*. Según la experiencia de los egresados y empleadores un mensaje claro y comprensible evita ambigüedades o malentendidos que podrían generar conflictos futuros.
- e. *Autenticidad*. Es una competencia esencial según los egresados, ya que al mostrarse tal como uno es, se fomenta el establecimiento de relaciones más genuinas y transparentes.

Existen dos tipos de habilidades comúnmente reconocidas: las blandas y las duras. Las habilidades duras se refieren al conocimiento técnico requerido para desempeñar una labor específica, mientras que las habilidades blandas abarcan las cualidades personales y atributos interpersonales (Robles, 2012, p.453). Durante los foros, los empleadores subrayaron que tanto la comunicación como la resolución de problemas son competencias blandas esenciales, ya que influyen directamente en la calidad de las relaciones con los clientes y los equipos de trabajo. Este plantea-

miento coincide con Robles (2012), quien enfatiza que estas habilidades son percibidas como un factor decisivo para la empleabilidad y el desempeño profesional.

Un malentendido puede arruinar el trabajo de mucho tiempo; un gesto o una palabra pueden generar incomodidad en un compañero o colaborador; y una confusión en los tiempos o fechas de entrega puede significar la pérdida de un cliente valioso. Por ello, los egresados recomendaron fortalecer las habilidades de comunicación oral y escrita, con el fin de expresar, argumentar y justificar de manera clara y profesional las propuestas de diseño gráfico.

El diseñador interactúa con una amplia variedad de personas —compañeros, proveedores y clientes—, por lo que resulta fundamental desarrollar habilidades de comunicación que le permitan ser consciente de lo que transmite tanto de forma verbal como no verbal. Asimismo, es importante que mantenga claridad respecto a los objetivos de comunicación y se asegure de cumplirlos de manera efectiva.

La creatividad se desarrolla en cada individuo y parte de la imaginación, que busca, avanza, se extiende y vaga hasta dar con una respuesta, un resultado novedoso, al que denominamos "idea". Para que esta idea sea valorada de forma positiva tiene que estar en consonancia y alineación con los intereses de la organización y ser implantada de forma adecuada. (Vázquez, 2015, p.16)

2. Equilibrio entre creatividad, gestión y liderazgo

Más allá de la creatividad visual, los egresados deben desarrollar habilidades de gestión y liderazgo. En los foros, los empleadores destacaron la necesidad de cumplir con entregas puntuales, controlar el alcance y garantizar la calidad, mientras que los académicos recomendaron integrar la gestión de proyectos en los talleres creativos. Por su parte, los egresados señalaron que, al trabajar como *freelances*, la variabilidad de ingresos hace indispensable aprender a administrar presupuestos y negociar con clientes. Finalmente, los estudiantes solicitaron herramientas prácticas, como plantillas de contratos y ejemplos de presupuestos, que les permitan prepararse para este ámbito.

El equilibrio entre creatividad y gestión es esencial en la formación de los egresados en cualquier campo. Si bien la creatividad visual y las habilidades técnicas

son fundamentales, no son suficientes por sí solas en el mundo profesional actual. Según los empleadores, los egresados deben desarrollar habilidades de gestión y liderazgo para destacarse y tener un impacto significativo en sus carreras.

La capacidad de liderar equipos y proyectos no solo facilita la materialización de ideas, sino que también asegura una entrega oportuna y de alta calidad, fundamental para cumplir con las demandas de los clientes y las expectativas del mercado. Esto contribuye al éxito y la reputación a largo plazo de la organización o empresa.

Esta combinación de habilidades creativas y de gestión promueve la versatilidad del egresado, permitiéndole adaptarse a contextos dinámicos, innovar en sus enfoques y resolver desafíos de manera efectiva. La versatilidad es una cualidad altamente valorada en el ámbito laboral actual, donde la capacidad de adaptación y la resolución de problemas son fundamentales para el éxito.

Por su parte, la gestión financiera en el ámbito creativo suele considerarse un área descuidada o compleja. Las disciplinas creativas suelen atraer a individuos apasionados por la estética y la expresión; no obstante, un diseñador gráfico, además de ser creativo, debe desarrollar competencias técnicas, gerenciales y financieras para manejar proyectos que pueden implicar presupuestos elevados. Por tanto, no puede permitirse la negligencia en este aspecto.

En particular, cuando el diseñador trabaja de manera independiente o como freelance, es común que sus ingresos sean temporalmente irregulares, lo que hace aún más relevante una adecuada gestión financiera. A continuación, se presentan algunas de las recomendaciones formuladas por los distintos actores, orientadas a apoyar al egresado en materia de administración y sostenibilidad económica:

- a. Es esencial establecer un presupuesto y gestionarlo de manera inteligente. Según los egresados, la creación de un presupuesto mensual que refleje claramente los gastos fijos permite obtener una visión más clara de la situación financiera y planificar los objetivos económicos con anticipación.
- b. En el caso de los trabajadores independientes, es crucial identificar su ciclo de ingreso económico; esto implica comprender cuáles de sus servicios tienen un mayor potencial de generar ingresos y si estos ingresos son estacionales o dependen de proyectos con duraciones variables. Obtener claridad sobre esta información es fundamental para una gestión financiera efectiva.

- c. Para enfrentar situaciones económicas difíciles, es importante establecer un hábito de ahorro. Dado que los ingresos pueden ser irregulares, según los egresados, contar con un fondo de emergencia es esencial. Ahorrar un porcentaje de los ingresos cada vez que se recibe un pago contribuirá gradualmente a construir una seguridad financiera.
- d. La diversificación de las fuentes de ingresos es recomendable. Dependiendo de múltiples fuentes de ingresos puede reducir la vulnerabilidad económica. Si los ingresos provienen de diferentes fuentes, es menos probable que una caída en una de ellas cause dificultades financieras. Además de trabajar en proyectos de diseño gráfico, es posible explorar otras oportunidades, como la consultoría y la docencia en el ámbito de los servicios, así como el emprendimiento y la venta de productos relacionados con el campo profesional.
- e. Se recomienda la solicitud de una retribución justa por los servicios prestados. Según los académicos y empleadores, esto implica el establecimiento de políticas claras de facturación y cobro, asegurando que los clientes comprendan de manera transparente lo que recibirán a cambio de su inversión. Es importante tener en cuenta que no todos los clientes buscarán la facturación, pero a medida que el diseñador gráfico acceda a clientes con una estructura económica más formal, es probable que estos soliciten la facturación por los servicios prestados. En este contexto, es fundamental anticipar esta necesidad y buscar asesoramiento profesional de expertos en contabilidad.

3. Tecnología como aliada

La adopción de la tecnología es esencial en un entorno donde la innovación es continua. En los foros, los empleadores destacaron que el dominio de herramientas digitales garantiza la competitividad y la eficiencia en los procesos de diseño; mientras que los académicos insistieron en que la tecnología debe entenderse como un medio que potencia la creatividad y no como un fin en sí mismo. Por su parte, los egresados señalaron que actualizarse en nuevas aplicaciones y software resulta clave para no quedar rezagados en el mercado; mientras que los estudiantes destacaron la necesidad de formación práctica en inteligencia artificial (IA) aplicada al diseño.

A continuación, se enuncian algunas características relevantes de la tecnología dentro de la labor del egresado en diseño gráfico:

- a. *Potencia la creatividad.* Las herramientas digitales permiten a los diseñadores gráficos llevar a cabo sus ideas de manera más eficiente y creativa. Pueden experimentar con una amplia gama de colores, tipografías, efectos visuales y estilos de diseño, lo que les da la libertad de explorar y materializar sus conceptos de manera más rápida y efectiva.
- b. *Optimiza la producción.* La tecnología agiliza el proceso de diseño y producción. Las aplicaciones de diseño gráfico y software de edición permiten la creación de gráficos, ilustraciones y diseños de manera más rápida y precisa que los métodos analógicos tradicionales. Esto se traduce en una mayor productividad y en la capacidad de cumplir con plazos ajustados.
- c. *Favorece la adaptación a las tendencias.* La tecnología evoluciona constantemente; por ello, los diseñadores gráficos deben actualizarse regularmente para conservar su competitividad. Dominar nuevas herramientas y técnicas digitales les permite estar al tanto de las tendencias, lo cual es esencial en un campo en constante cambio.
- d. *Facilita la colaboración.* Las herramientas de diseño y comunicación en línea facilitan el trabajo colaborativo entre diseñadores, incluso cuando los equipos se encuentran geográficamente dispersos. Esto resulta particularmente relevante en proyectos colaborativos o cuando se trabaja en empresas con una estructura descentralizada.
- e. *Permite la personalización y segmentación.* La tecnología permite la creación de diseños altamente personalizados, adaptados a segmentos de audiencia específicos. Esto es esencial en los ámbitos de la mercadotecnia y la publicidad, donde se requiere la elaboración de mensajes y diseños a medida para captar la atención de públicos particulares.
- f. *Promueve la sostenibilidad.* La tecnología también puede ser aliada en la promoción de prácticas sostenibles en diseño gráfico. Permite la creación de diseños digitales que reducen el uso de papel y otros recursos físicos, lo que contribuye a la conservación del medio ambiente.

No obstante, la tecnología debe emplearse de manera estratégica, evitando una dependencia excesiva. En el ámbito del diseño gráfico, el uso de la tecnología se puede dividir en tres áreas principales:

- a. *Tecnología disciplinar.* En ella se encuentran los equipos y programas de cómputo especializados que permiten optimizar la creatividad y la eficiencia en las soluciones de comunicación gráfica. Este rubro comprende desde la creación y edición de gráficos, como las nuevas opciones de impresión, de materiales y de producción a grande escala hasta el video, modelado y animación 3D.
- b. *Tecnología de información, comunicación y logística.* El uso de herramientas como Internet, videoconferencias, software de gestión, redes sociales y marketing digital facilita la logística y optimiza el recurso más valioso: el tiempo.
- c. *Tecnología emergente relacionada con el uso de la inteligencia artificial (IA).* Esta herramienta tiene diversas aplicaciones, facilita el aprendizaje y acelera el acceso y manejo de la información. En la etapa universitaria y los primeros años como graduados, se mantiene una notable flexibilidad y adaptabilidad, por lo que es fundamental aprovechar estas capacidades dentro de un entorno ético. En este sentido, Hutson y Ceballos (2023) subrayan la importancia de desarrollar habilidades duraderas en la era de la Industria 4.0, donde la IA está transformando radicalmente los perfiles profesionales y la forma en que los egresados deben prepararse para afrontar un entorno laboral en constante cambio.

El aumento en el uso de herramientas de IA es inevitable y se integrará de forma firme en los entornos laborales; por ello, es esencial que tanto estudiantes como egresados universitarios desarrollen competencias en el manejo de estas tecnologías para mantener su competitividad en el mercado laboral. Cabe resaltar que, en 2020, la IA eliminó 1.8 millones de empleos a nivel global, pero generó 2.3 millones de nuevos puestos. Se estima que para 2025 se requerirán 97 millones de trabajadores en industrias relacionadas con la IA (Buszka et al., 2023).

Es improbable que los diseñadores gráficos dominen todas las herramientas disponibles; no obstante, es recomendable que exploren nuevas tecnologías y aplicaciones para familiarizarse con aquellas que les resulten útiles en la optimización de su flujo de trabajo, el incremento de su creatividad y el fortalecimiento de sus competencias.

4. *Pensamiento analítico y crítico*

El diseño gráfico es una disciplina de gran impacto que requiere reflexión estratégica. En los foros, los empleadores subrayaron la necesidad de que los egresados comprendan a fondo las necesidades del cliente antes de iniciar un proyecto, mientras que los académicos enfatizaron la relevancia de desarrollar el análisis crítico para evaluar la pertinencia de las propuestas. Por su parte, los egresados coincidieron en que estas competencias son esenciales para resolver problemas de manera efectiva y tomar decisiones informadas, mientras que los estudiantes destacaron la utilidad de metodologías como el análisis FODA para identificar fortalezas y áreas de mejora.

El pensamiento analítico y crítico constituye una competencia esencial para el desempeño profesional de los egresados en diseño gráfico, que les permite:

- a. *Comprender las necesidades del cliente.* Antes de iniciar cualquier proyecto, es crucial analizar y entender los objetivos del cliente. El pensamiento analítico permite descomponer la información recibida y extraer los elementos clave que guiarán el diseño. La capacidad crítica, por su parte, ayuda a evaluar la viabilidad y pertinencia de las propuestas, garantizando que estén alineadas con dichos objetivos.
- b. *Interpretar el mensaje.* Los diseñadores gráficos deben ser capaces de interpretar correctamente los mensajes que sus diseños transmitirán. Esto requiere analizar el contexto, el público objetivo y el propósito del proyecto. Un pensamiento crítico permite refinar el mensaje, asegurando que sea claro, efectivo y adecuado.
- c. *Tomar decisiones informadas.* Durante el proceso de diseño, los profesionales enfrentan múltiples decisiones, desde la selección de colores y tipografías hasta la disposición de elementos visuales. El pensamiento analítico permite evaluar las opciones con base en criterios de coherencia, legibilidad y estética, mientras que el pensamiento crítico facilita la elección de las soluciones más adecuadas para alcanzar los objetivos del proyecto.
- d. *Resolver problemas.* En el diseño gráfico es común encontrar desafíos técnicos o conceptuales. El pensamiento analítico y crítico permite identificar estos problemas, analizar sus causas y encontrar soluciones eficaces para superarlos.

- e. *Fomentar la innovación y la originalidad.* Aunque la creatividad es esencial en el diseño gráfico, también se requiere un enfoque analítico para innovar de manera efectiva. Los diseñadores deben evaluar tendencias actuales, explorar nuevas ideas y aplicar un pensamiento crítico para crear propuestas originales y relevantes.
- f. *Promover la evaluación y la mejora continua.* Tras completar un proyecto, es necesario realizar una evaluación crítica del trabajo. Esto incluye identificar áreas de mejora y aplicar lo aprendido en futuros proyectos, lo que permite un crecimiento profesional constante.

En conjunto, estos aspectos evidencian que el pensamiento analítico y crítico no solo optimiza el proceso creativo, sino que también fortalece la toma de decisiones, la capacidad de adaptación y la innovación profesional. Estas competencias, además, se relacionan estrechamente con el desarrollo de fortalezas personales, las cuales constituyen la base del crecimiento y la autenticidad del diseñador.

Las fortalezas personales se definen como "características que permiten a una persona desempeñarse bien o alcanzar su mejor nivel personal" (Wood et al., 2011, p.15); sin embargo, poseer fortalezas no es suficiente, es fundamental identificarlas, utilizarlas y potenciarlas para obtener mayores beneficios y mejorar el bienestar general (Wood et al., 2011). Cada individuo tiene un conjunto único de habilidades y talentos, y esto es igualmente aplicable a los profesionales. Por lo tanto, es esencial que los diseñadores reflexionen sobre sus habilidades y talentos.

El análisis FODA es una herramienta útil para identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Se recomienda que los diseñadores lo utilicen periódicamente, al menos cada dos años, para mantener una visión clara de sus fortalezas personales y profesionales. Si se invierte de forma constante en el desarrollo continuo, las fortalezas tenderán a consolidarse y potenciarse con el tiempo.

Asimismo, es fundamental que los diseñadores mantengan su autenticidad, atendiendo las diversas demandas del mercado sin perder su identidad. Inspirarse en otros profesionales puede ser enriquecedor, siempre que se preserve la originalidad. Como señalan Arozamena y Porter (2013), "ser universitario es una identidad nueva que hay que conocer, asumir y aprender a desarrollar".

Existen diversas estrategias para identificar las fortalezas personales; una de las más efectivas consiste en observar aquellas actividades que se realizan con facilidad y rapidez. Si, además, estas actividades generan satisfacción y motivación, es probable que indiquen el camino hacia el desarrollo óptimo del potencial individual.

En el ámbito del diseño gráfico, el trabajo independiente —conocido como *freelance*— describe a "aquella figura laboral en la que el trabajador ejerce su profesión por cuenta propia y no trabaja para otra persona o empresa" (Vázquez, 2020). En este contexto, el pensamiento analítico y crítico se vuelve indispensable: el diseñador independiente no solo debe crear soluciones visuales efectivas, sino también evaluar con criterio las necesidades de sus clientes, interpretar sus requerimientos y tomar decisiones informadas sobre los enfoques más adecuados.

En síntesis, los actores coinciden en que el pensamiento analítico permite descomponer proyectos complejos en partes manejables, analizar los problemas con profundidad y hallar las soluciones más pertinentes. Por su parte, el pensamiento crítico resulta esencial para valorar la viabilidad de esas soluciones y asegurar su alineación con los objetivos del cliente, las tendencias del mercado y las exigencias técnicas del proyecto. En un entorno donde el diseñador gráfico freelance enfrenta decisiones estratégicas sobre gestión del tiempo, presupuestos y recursos, estas habilidades no solo optimizan su proceso creativo, sino que también fortalecen su competitividad y eficacia en el mercado laboral.

5. Especialización vs versatilidad

En el ámbito del diseño gráfico, tanto la especialización como la versatilidad son elementos clave para el éxito profesional. En los foros, los empleadores resaltaron que los diseñadores especializados aportan un alto nivel de calidad en áreas específicas, lo que eleva la reputación de una empresa o estudio. Por su parte, los académicos insistieron en la importancia de equilibrar la formación: profundizar en ciertos campos, pero sin perder la capacidad de adaptarse a diferentes contextos. Los egresados señalaron que la especialización les ha permitido diferenciarse en nichos específicos del mercado, mientras que los estudiantes destacaron la versatilidad como una ventaja en etapas tempranas de la carrera, donde enfrentan proyectos muy variados. Estudios recientes han demostrado que “los profesiona-

les que logran equilibrar ambas características tienen una ventaja competitiva en el entorno laboral, especialmente en industrias creativas como el diseño gráfico” (Spendlove, 2007).

Especialización

En un contexto cada vez más competitivo, la especialización se presenta como una estrategia que permite al diseñador profundizar en áreas específicas del conocimiento y desarrollar un perfil profesional distintivo. A continuación, se detallan los principales beneficios de la especialización para los diseñadores gráficos:

- a. *Profundización de conocimientos.* La especialización implica concentrarse en un campo específico del diseño gráfico, como la identidad de marca, el diseño editorial o la animación. Esta focalización permite a los diseñadores adquirir un conocimiento profundo y desarrollar habilidades avanzadas en ese ámbito.
- b. *Diferenciación en el mercado.* Los diseñadores especializados son capaces de destacar en un nicho específico del mercado, atrayendo a clientes que buscan un nivel de experiencia elevado y están dispuestos a pagar por servicios especializados (Spendlove, 2007).
- c. *Mejora de la calidad.* Focalizarse en un área permite a los diseñadores perfeccionar sus habilidades, resultando en una calidad superior de trabajo y en soluciones más efectivas.
- d. *Construcción de una reputación.* Un diseñador especializado puede establecer una sólida reputación en su área, lo que lleva a la creación de una base de clientes leales y a la generación de nuevas oportunidades de negocio a través de recomendaciones.

Versatilidad

Por otro lado, la versatilidad constituye una cualidad esencial en un entorno laboral caracterizado por la innovación constante y la rápida evolución tecnológica. Ser versátil no significa dispersarse entre múltiples áreas, sino poseer la capacidad de adaptarse a distintos contextos, aprender con agilidad y aplicar los principios del diseño a diversos formatos, medios y audiencias. A continuación, se presentan sus principales ventajas:

- a. *Ampliación de oportunidades.* La versatilidad permite a los diseñadores adaptarse a una variedad de proyectos y áreas dentro del diseño gráfico, lo que aumenta sus oportunidades laborales y su capacidad para enfrentar desafíos diversos.
- b. *Flexibilidad en el mercado laboral.* En un mercado laboral cambiante, los diseñadores versátiles pueden ajustarse rápidamente a las nuevas demandas y a los cambios tecnológicos, lo que mejora su empleabilidad en contextos inciertos (Spendlove, 2007).
- c. *Desarrollo de habilidades complementarias.* La versatilidad implica el desarrollo de diversas habilidades complementarias, como el manejo de distintas herramientas y técnicas de diseño, lo que expande el alcance de sus capacidades profesionales.
- d. *Mayor creatividad.* Trabajar en diferentes tipos de proyectos fomenta la creatividad, ya que permite a los diseñadores explorar enfoques variados y aplicar soluciones innovadoras a los problemas que enfrentan.

El estudio de Spendlove (2007) sugiere que la combinación de especialización y versatilidad proporciona una ventaja significativa en el campo del diseño gráfico, ya que los profesionales que logran equilibrar ambas características son más capaces de responder a las demandas del mercado y mantenerse competitivos. Por lo tanto, es esencial que los diseñadores reconozcan la importancia de integrar ambas dimensiones en su carrera profesional.

6. Énfasis en la investigación

La investigación es una parte esencial del proceso de diseño gráfico. Antes de comenzar un proyecto, los diseñadores deben investigar a fondo el tema, la audiencia y el contexto; esto les proporciona información valiosa que fundamenta sus decisiones de diseño y garantizará la efectividad de su trabajo. En los foros, los empleadores señalaron que los egresados deben comprender a fondo al mercado y la competencia antes de proponer soluciones, mientras que los académicos subrayaron la importancia de incorporar metodologías de análisis en cada etapa del

proyecto. Por su parte, los egresados destacaron que investigar a la audiencia y las tendencias facilita crear diseños más efectivos, mientras que los estudiantes mencionaron que la búsqueda de referencias temáticas enriquece su aprendizaje y les da mayor seguridad al presentar propuestas.

La investigación en diseño gráfico incluye:

- a. *Investigación de mercado.* Comprender las tendencias y las preferencias del público objetivo es fundamental para crear diseños que resuenen. Los diseñadores deben investigar el mercado en el que operan sus clientes y estar al tanto de las tendencias actuales en diseño y comunicación.
- b. *Investigación de la audiencia.* Conocer a la audiencia es esencial para crear diseños que conecten de manera efectiva. Los diseñadores deben investigar las características demográficas, psicográficas y comportamentales de la audiencia para adaptar su enfoque y mensaje.
- c. *Investigación temática.* Para proyectos específicos, los diseñadores deben sumergirse en el tema o el contenido que están diseñando; esto puede incluir investigar datos, estadísticas, hechos históricos, ciencias o cualquier otro elemento relevante que influya en el diseño.
- d. *Investigación de la competencia.* Es importante conocer lo que hacen otros en el mismo espacio. Analizar la competencia puede ayudar a identificar oportunidades de diferenciación y evitar errores comunes en el diseño.
- e. *Investigación de medios y plataformas.* Dado que el diseño gráfico se presenta en una variedad de medios, los diseñadores deben investigar las especificidades técnicas y las mejores prácticas de cada plataforma. Esto garantiza que los diseños se vean y funcionen de manera óptima en cada contexto.

La investigación no es un paso único en el proceso de diseño, sino que debe ser continua y nutrir todo el proceso. Los diseñadores deben estar abiertos a aprender y adaptarse a medida que recopilan información y conocimientos adicionales.

7. Ética y responsabilidad

Los diseñadores gráficos desempeñan un papel crucial en la comunicación visual y, por ello, deben ser conscientes de su responsabilidad ética. En los foros, los em-

pleadores señalaron la importancia de la veracidad en la información que se presenta al público, mientras que los académicos enfatizaron el respeto a la diversidad cultural y la necesidad de formar profesionales comprometidos con la sostenibilidad. Por su parte, los egresados subrayaron que la ética influye directamente en la reputación profesional y en la confianza de los clientes, mientras que los estudiantes expresaron que requieren más orientación para aplicar principios éticos en proyectos reales.

La ética en el diseño gráfico involucra:

- a. *Veracidad y honestidad*. Los diseñadores deben garantizar que la información que presentan sea precisa y veraz. No deben manipular imágenes o datos de manera que engañen o confundan al público.
- b. *Respeto a la diversidad*. Deben respetar la diversidad de perspectivas, identidades y culturas en sus diseños, evitando estereotipos perjudiciales y representando a las personas de manera justa y respetuosa.
- c. *Sostenibilidad*. Considerar el impacto ambiental de los diseños es cada vez más importante. Los diseñadores deben buscar formas de minimizar el desperdicio y promover prácticas sostenibles en su trabajo.
- d. *No promoción de comportamientos perjudiciales*. Evitar promover comportamientos que sean nocivos para la salud o la sociedad, como la violencia, el consumo de sustancias perjudiciales o la discriminación.
- e. *Respeto a los derechos de autor*. Es primordial respetar los derechos de autor y utilizar material con el permiso adecuado o bajo licencias que lo permitan.

Los diseñadores gráficos deben ser conscientes de estas consideraciones éticas en cada proyecto y estar dispuestos a tomar decisiones que reflejen su compromiso con la responsabilidad social y cultural.

Para que los graduados universitarios de hoy sean fuerzas positivas en este mundo, no solo necesitan poseer conocimientos y capacidades intelectuales, sino también verse a sí mismos como miembros de una comunidad, como individuos con la responsabilidad de contribuir a sus comunidades. (Colby et al., 2023, p.7)

Por lo tanto, los diseñadores deben incorporar la sostenibilidad como un principio central en sus proyectos y prácticas profesionales, adoptando una perspectiva ética que les permita reflexionar sobre cómo sus decisiones impactan en la sociedad y el medio ambiente. En este sentido, es importante diferenciar entre los términos sustentable y sostenible; por un lado, sustentable alude a aquello “que se puede sustentar o defender con razones” (Real Academia Española, 2023), mientras que sostenible se refiere a algo que “se puede mantener durante largo tiempo sin agotar los recursos o causar grave daño al medio ambiente” (Real Academia Española, 2023). Comprender esta distinción es esencial para orientar el diseño hacia un equilibrio responsable entre la innovación, la función social y el respeto por los recursos naturales.

8. *Mentalidad de aprendizaje continuo*

Los egresados deben mantener una mentalidad de aprendizaje continuo para estar al tanto de las últimas tendencias, herramientas y técnicas; esto es vital para su crecimiento profesional en un campo en constante evolución. El aprendizaje no termina con la graduación, y en los foros todos los actores coincidieron en la necesidad de mantener una mentalidad de actualización permanente. Los empleadores enfatizaron que las empresas valoran a los profesionales que buscan nuevas herramientas y tendencias por iniciativa propia, mientras que los académicos subrayaron que la formación universitaria debe impulsar hábitos de investigación y actualización constantes. Por su parte, los egresados señalaron que la capacitación en nuevas tecnologías y metodologías les ha permitido mantenerse vigentes en un mercado cambiante, mientras que los estudiantes expresaron que requieren espacios formativos flexibles para explorar software emergente y recibir retroalimentación continua.

La mentalidad de aprendizaje continuo implica:

- a. *Explorar nuevas herramientas.* Estar dispuestos a aprender y dominar nuevas herramientas y software conforme surjan en el campo del diseño gráfico.
- b. *Seguir las tendencias.* Mantenerse informados sobre las tendencias actuales en diseño, tecnología y comunicación visual.

- c. *Participar en la comunidad.* Ser parte activa de la comunidad de diseño gráfico, asistiendo a conferencias, seminarios y talleres, y colaborando con otros profesionales.
- d. *Recibir retroalimentación.* Estar abiertos a recibir críticas constructivas sobre su trabajo, utilizándose como una oportunidad para mejorar y crecer.
- e. *Experimentar y arriesgarse.* No temer a probar enfoques y técnicas nuevas y audaces, incluso si ello implica cometer errores.

Esta visión se vincula con lo planteado por Álvarez et al. (2018), quienes señalan que la incorporación de la tecnología y la IA ha transformado el trabajo y la educación, haciendo necesarias competencias híbridas y transversales. En los foros, los actores coincidieron en que este fenómeno también impacta al diseño gráfico, reforzando la importancia de la actualización constante.

Los actores convergen en que la mentalidad de aprendizaje continuo no es opcional, sino un requisito indispensable para enfrentar los cambios tecnológicos y creativos: los empleadores lo asocian con empleabilidad, los académicos con formación integral, los egresados con supervivencia profesional y los estudiantes con oportunidades de innovación.

9. Colaboración interdisciplinaria y multidisciplinaria

El diseño gráfico se encuentra en constante interacción con otras disciplinas, tanto interdisciplinarias (mercadotecnia, publicidad, tecnología) como multidisciplinarias (arquitectura, medicina, arqueología, diseño industrial). La capacidad de colaborar de manera efectiva con profesionales de distintos campos resulta esencial para alcanzar objetivos comunes y generar soluciones verdaderamente innovadoras. En los foros, los empleadores destacaron que la colaboración con áreas como mercadotecnia, publicidad y tecnología incrementa la efectividad de las campañas visuales. Los académicos subrayaron la importancia de fomentar proyectos que integren diversas disciplinas, como arquitectura, diseño de interiores o diseño industrial, para ampliar el alcance de la comunicación visual. Por su parte, los egresados señalaron que trabajar en equipos interdisciplinarios les ha permitido

generar soluciones innovadoras y adaptarse mejor a entornos laborales reales, mientras que los estudiantes expresaron que este tipo de proyectos fortalecen sus habilidades de comunicación y negociación.

La colaboración interdisciplinaria y multidisciplinaria involucra:

- a. *Comunicación efectiva.* Ser capaces de comunicarse claramente con profesionales de otras disciplinas, incluso cuando las perspectivas sean diferentes.
- b. *Comprensión de las necesidades del equipo.* Escuchar y comprender las necesidades y objetivos de los miembros del equipo para contribuir de manera significativa al proyecto conjunto.
- c. *Integración de diferentes perspectivas.* Estar dispuestos a integrar enfoques diversos en el diseño, lo que enriquece la creatividad y la efectividad del trabajo.
- d. *Adaptabilidad.* Ser flexibles y estar dispuestos a ajustar el enfoque según la retroalimentación y las necesidades del equipo.

La colaboración interdisciplinaria permite abordar problemas complejos y fomenta la innovación. Los diseñadores gráficos que colaboran eficazmente con otros profesionales son más valiosos en el mercado laboral, ya que pueden participar en una variedad de proyectos con objetivos comerciales amplios.

10. Desarrollo de un portafolio y marca personal

A medida que los diseñadores gráficos avanzan en sus carreras, es importante construir un portafolio sólido y desarrollar una marca personal que proyecte sus habilidades y experiencias. En los foros, los empleadores resaltaron que un portafolio bien estructurado permite evaluar rápidamente la capacidad técnica y creativa de un egresado. Los académicos señalaron que la marca personal debe integrarse en la formación universitaria como estrategia para posicionar al diseñador en un mercado competitivo. Por su parte, los egresados subrayaron que contar con un portafolio variado y actualizado les ha abierto oportunidades laborales, mientras que los estudiantes destacaron la necesidad de acompañamiento docente para aprender a seleccionar y presentar sus proyectos más relevantes.

A continuación, se destacan algunos aspectos clave para el desarrollo de un portafolio profesional:

- a. *Selección de proyectos destacados.* Mostrar proyectos que reflejen una variedad de habilidades y la capacidad para abordar diferentes tipos de desafíos.
- b. *Presentación visual efectiva.* Diseñar el portafolio de manera profesional y atractiva, demostrando las habilidades de diseño del profesional.
- c. *Narración de historias.* Utilizar el portafolio para contar la evolución de su carrera y mostrar el crecimiento como diseñador.

Por su parte, el desarrollo de una marca personal implica:

- a. *Definición de una identidad.* Establecer una identidad clara y coherente que refleje los valores, el estilo y la personalidad del diseñador.
- b. *Marketing personal.* Promocionarse a través de redes sociales, blogs y otras plataformas para construir una presencia en línea.
- c. *Construcción de una reputación.* Mantener altos estándares de calidad y profesionalismo para construir una reputación sólida.

El *branding personal* “ayuda a una persona a verse como un profesional, diferenciarse de los demás y ser relevante” (Ramírez, 2013). En este sentido, un portafolio bien definido y una marca personal sólida se convierten en herramientas esenciales para destacar en la industria del diseño gráfico, abrir nuevas oportunidades de colaboración y fortalecer la proyección profesional.

Los actores coincidieron en que la integración de un portafolio profesional y una marca personal fortalece la identidad profesional del diseñador gráfico: los empleadores lo consideran un criterio clave de contratación; los académicos, una parte de la formación integral; los egresados, un recurso de crecimiento laboral; y los estudiantes, un reto en el proceso formativo.

Conclusiones

El egresado en diseño gráfico se enfrenta a un entorno profesional dinámico, donde la interacción con el cliente constituye un eje central desde las etapas iniciales de su formación; este contacto directo resalta la importancia de la comunicación efectiva y de la comprensión profunda de las necesidades del cliente como pilares del ejercicio profesional. No obstante, esta interacción trasciende el ámbito creati-

vo, ya que exige también el desarrollo de competencias gerenciales y de liderazgo, indispensables para la coordinación de equipos y la gestión integral de proyectos. En los foros, los empleadores coincidieron en que la empatía y la claridad en la comunicación son factores decisivos para generar confianza y asegurar la retención de clientes, mientras que los académicos enfatizaron la necesidad de fortalecer estas habilidades desde la formación universitaria. Esta perspectiva se alinea con lo planteado por Robles (2012), quien identifica la comunicación y la resolución de problemas como competencias blandas esenciales en el entorno laboral.

La tecnología juega un papel central en el desarrollo del diseño gráfico, impulsando su evolución constante; sin embargo, es importante que los diseñadores mantengan el enfoque en la creatividad y en la resolución de problemas, pilares que permanecen inmutables a pesar de los avances tecnológicos. El diseño gráfico, más que una herramienta visual, constituye un medio poderoso de comunicación, cuya efectividad depende de la habilidad del profesional para analizar, interpretar y responder a contextos complejos; en este sentido, los egresados deben desarrollar un pensamiento analítico y crítico que les permita comprender mejor el contexto y el impacto de sus diseños. Al respecto, académicos y estudiantes coincidieron en la necesidad de integrar la inteligencia artificial con una visión ética y crítica, en consonancia con lo planteado por Hutson y Ceballos (2023), quienes destacan la importancia de desarrollar habilidades duraderas en la era de la Industria 4.0.

El debate entre la especialización y la versatilidad ha sido constante en el campo del diseño gráfico; si bien es fundamental que los diseñadores reconozcan sus fortalezas y profundicen en ellas para consolidar su identidad profesional, también resulta indispensable que mantengan la flexibilidad necesaria para adaptarse a las demandas cambiantes de la industria. La adaptabilidad se convierte así en una competencia clave para mantenerse vigente en un entorno caracterizado por la innovación continua, donde las nuevas tecnologías y tendencias emergentes requieren una actualización permanente. Esta idea fue reforzada tanto por egresados como por empleadores, quienes destacaron que la capacidad de combinar un conocimiento especializado con una formación versátil les ha permitido diferenciarse en un mercado competitivo; esto coincide con lo señalado por

Spendlove (2007), en relación a que el equilibrio entre ambas dimensiones otorga una ventaja competitiva.

La formación integral de un diseñador no solo abarca aspectos técnicos, sino que también incluye competencias en liderazgo, resolución de problemas y comunicación efectiva. Además, el diseño gráfico, con su capacidad para cruzar fronteras disciplinarias, ofrece amplias oportunidades para colaborar con otros campos, lo que permite a los profesionales expandir su influencia más allá de los límites tradicionales. Los académicos y egresados enfatizaron la importancia de esta colaboración interdisciplinaria, relacionándola con experiencias en proyectos de mercadotecnia, arquitectura y diseño industrial. Esta visión coincide con estudios sobre innovación educativa que resaltan cómo el cruce de disciplinas potencia la creatividad y la efectividad en la solución de problemas complejos.

En este contexto multifacético, la clave del éxito reside en la capacidad de los diseñadores para equilibrar su conocimiento técnico con habilidades interpersonales, liderazgo y gestión. Asimismo, deben integrar la tecnología de manera ética y eficiente, aprovechar las oportunidades que brinda la inteligencia artificial y mantenerse actualizados sobre las tendencias emergentes. A la par, es vital que gestionen sus finanzas con eficiencia, diversifiquen sus fuentes de ingresos y mantengan una visión clara de sus metas profesionales.

Finalmente, adoptar un enfoque sustentable y ético en sus decisiones y poner al usuario en el centro de sus diseños asegurará que el impacto de su trabajo sea significativo y duradero. Los académicos y estudiantes resaltaron la necesidad de formar profesionales con criterios éticos y sostenibles, en concordancia con lo expresado por Colby et al. (2023) sobre la responsabilidad cívica de los universitarios.

De esta manera, los egresados en diseño gráfico estarán mejor preparados para enfrentar los retos y aprovechar las oportunidades que ofrece una industria en constante evolución, contribuyendo de forma integral a la comunicación visual y a los procesos de cambio cultural en el mundo contemporáneo. Tal como apuntaron los egresados durante los foros, la actualización continua y la capacidad de innovación serán claves para mantener la vigencia profesional, lo cual confirma que el diseño gráfico no solo responde a demandas técnicas, sino que también proyecta un impacto cultural de largo alcance. ●

Referencias

- Álvarez, E., Núñez, P., & Olivares, J. (2018). Perfiles profesionales y salidas laborales para graduados en publicidad y relaciones públicas: De la especialización a la hibridación. *El Profesional de la Información*, 27(1), 127–136. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.ene.13>
- Arozamena, C., & Porter, L. (2013). *Aprendizaje del diseño como aprendizaje para la vida*. Primer Seminario sobre Innovación Educativa en el Diseño [Seminario no publicado]. Ciudad de México.
- Buszka, S., Cortez, J., & Meltzer, I. (2023). Students' perspectives on using AI. *EDUCAUSE*. <https://er.educause.edu/multimedia/2023/9/students-perspectives-on-using-ai>
- Colby, A., Ehrlich, T., Beaumont, E., & Stephens, J. (2023). *Educating citizens: Preparing America's undergraduates for lives of moral and civic responsibility*. Jossey-Bass.
- Hutson, J., & Ceballos, J. (2023). Rethinking education in the age of AI: The importance of developing durable skills in the Industry 4.0. *Journal of Information Economics*, 1(2), 26–35. <https://www.anserpress.org/journal/jie/1/2/9>
- Ramírez, K. (2013). Branding personal: Mercadotecnia para el individuo a partir de técnicas del desarrollo del pensamiento creativo. *Vestigum Ire*, 6, 34–40.
- Real Academia Española. (2023). *Diccionario de la lengua española* (23ª ed.). RAE. <https://dle.rae.es>
- Robles, M. (2012). Executive perceptions of the top 10 soft skills needed in today's workplace. *Business Communication Quarterly*, 75(4), 453–465. <https://doi.org/10.1177/1080569912460400>
- Spendlove, D. (2007). Competence, creativity, and craft learning: The role of design and technology in the curriculum. *International Journal of Technology and Design Education*, 17(1), 45–62.
- Universidad Internacional de Valencia. (2018). *Las habilidades interpersonales en el desarrollo profesional*. <https://www.universidadviu.com/int/actualidad/nuestros-expertos/las-habilidades-interpersonales-en-el-desarrollo-profesional>
- Vázquez, A. (2015). *Relación entre la creatividad y el liderazgo en la organización del siglo XXI* [Trabajo de fin de grado]. Universidad Pontificia Comillas ICAI-ICADE, Madrid. <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/7145/retrieve>

Vázquez, R. (2020). Freelance. *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/freelance.html>

Wood, A., Linley, A., Maltby, J., Kashdan, T., & Hurling, R. (2011). Using personal and psychological strengths leads to increases in well-being over time: A longitudinal study and development of the strengths use questionnaire. *Personality and Individual Differences*, 50(1), 15–19. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2010.08.004>

CAPÍTULO VI



Los distintos perfiles del diseñador gráfico profesionalista

Claudia Mercado Peña  

Jorge Alberto González Arce  

Eva Guadalupe Osuna Ruiz  

Resumen

En este capítulo se expone, desde una perspectiva profesional y docente, los distintos perfiles que puede asumir un diseñador gráfico a lo largo de su trayectoria, así como las habilidades técnicas y blandas que debe desarrollar para desempeñarse eficazmente como profesionalista independiente (*freelance*), empleado, emprendedor, empleador o investigador. El propósito es realizar un diagnóstico que permita proponer y ajustar las competencias, conocimientos y actitudes requeridas para fortalecer el plan de estudios, orientándolo hacia la formación de egresados capaces de enfrentar los desafíos actuales y futuros, adaptarse con resiliencia a los cambios y anticiparse a los escenarios emergentes. De este modo, se busca fomentar una cultura más sólida del diseño gráfico como disciplina, en la que se reconozca plenamente el valor y la contribución de esta profesión a la sociedad.

Palabras clave: conocimientos, diseñador gráfico, habilidades, perfil profesional

Introducción

Actualmente, el mercado laboral atraviesa transformaciones profundas impulsadas por la globalización y el vertiginoso avance tecnológico. En este contexto, los desafíos económicos y globales exigen perfiles de profesionistas más preparados y competitivos.

En este capítulo se exploran los distintos perfiles profesionales del diseñador gráfico con base en la información obtenida en los foros de consulta realizados a egresados, estudiantes y empleadores titulados: *De cara al futuro*, organizados por la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica (LDCG) de la Universidad de Guadalajara, en sus ediciones de 2018 y 2022.

La información de estos foros permitió examinar y analizar los distintos atributos clave, habilidades duras (*hard skills*) y habilidades blandas (*core skills*) — como competencias persuasivas, comunicativas, tecnológicas, colaborativas— que un profesionista de la LDCG de la Universidad de Guadalajara (UDEG) debe poseer, considerando que estas habilidades son esenciales para sobresalir en entornos altamente competitivos.

El resultado de este análisis permitirá proponer y adaptar habilidades, conocimientos y actitudes necesarias para fortalecer el actual plan de estudios, con el objetivo de formar egresados capaces de enfrentar los retos del presente y del futuro, adaptarse con resiliencia a los cambios y anticiparse a los futuros posibles. De este modo, se busca fomentar una cultura más sólida del diseño gráfico, en la que se reconozca el valor que esta profesión aporta a la sociedad.

Para situar el contexto, se retoma lo señalado por Quesada (2016): “De acuerdo con el Instituto Mexicano para la Competitividad, se estima que en México cerca del 7% del PIB provino de las industrias creativas en los últimos 10 años y que ha crecido un 0.18% en este periodo” (párr.3). En este marco, el diseño gráfico ha desempeñado un papel fundamental dentro de las industrias creativas por sus funciones comunicativas, visuales y estratégicas; sin embargo, esta profesión ha experimentado constantes cambios y una evolución marcada por las necesidades de la sociedad y del mercado, así como por la aparición de nuevos estilos, tendencias y avances tecnológicos. Estos factores han contribuido a diversificar su campo de acción, generando distintos perfiles profesionales que requieren una combinación de habilidades técnicas, comunicativas, visuales, creativas, persuasivas e intuitivas.

En el mercado laboral del diseño gráfico coexisten diversos perfiles profesionales, entre los que destacan los diseñadores freelance, los empleados, los emprendedores, los empleadores y los diseñadores investigadores.

Díaz-Barriga et al. (2012) señalan que uno de los componentes fundamentales del perfil profesional es “lo referente a determinación de los conocimientos o áreas de conocimiento con base en los cuales el profesionista desempeña su labor” (p.93). A partir de esta definición, se comprende que un profesionista con un perfil sólido integra y aplica de manera responsable sus cualidades, habilidades, conocimientos, capacidades, aptitudes y experiencia para desempeñar sus funciones y ofrecer soluciones pertinentes a problemas específicos.

Estos perfiles deben contemplar tanto las habilidades blandas como las habilidades duras. Las primeras comprenden las capacidades interpersonales, emocionales y sociales que permiten afrontar retos, realizar tareas y resolver problemas complejos; entre ellas destacan el pensamiento crítico, el trabajo colaborativo, el autoaprendizaje, el liderazgo, la comunicación asertiva y la persuasión. Por su parte, las habilidades duras se refieren a los conocimientos técnicos y específicos adquiridos mediante la formación universitaria y la experiencia profesional. La combinación de ambos tipos de habilidades, que se fortalecen progresivamente a través de la práctica, permite al profesionista desempeñarse de manera óptima en el mercado laboral. De este modo, cada perfil, ya sea diseñador freelance, empleado o emprendedor-empleador, deberá atender y resolver problemas y necesidades conforme a los requerimientos y demandas de los distintos sectores.

A partir de lo anterior, surgen diversas preguntas y reflexiones que se abordarán a lo largo de este capítulo, con el propósito de establecer una orientación clara que favorezca la colaboración entre las perspectivas profesional y docente. Se busca identificar los perfiles que un diseñador gráfico debe considerar para desempeñarse eficazmente como empleado, emprendedor, empleador o freelance. Esto tiene como finalidad contribuir a la mejora del plan de estudios, fortaleciendo la formación integral del estudiante de la LDCG. Además, pretende fomentar el desarrollo de habilidades y conocimientos que le permitan convertirse en un profesionista pleno, responsable y resiliente ante los cambios acelerados del entorno, capaz de enfrentar los retos con compromiso y de aportar, mediante su labor, al progreso social y económico de su entorno.

Perfil de empleado

El perfil del diseñador gráfico como empleado corresponde a quienes ejercen su profesión dentro de un entorno laboral estructurado, ya sea en una empresa, industria, institución, agencia, despacho u oficina, desempeñando sus funciones de manera presencial, a distancia o en modalidad híbrida. Su trabajo se realiza a cambio de una remuneración fija y periódica, establecida por quienes contratan sus servicios, la cual puede o no ajustarse a los estándares y prácticas habituales del sector en el que se desempeñan.

Por lo general, este perfil es elegido tanto por recién egresados como por estudiantes de semestres avanzados de la licenciatura que se incorporan como becarios o trabajadores contratados —cuando no se exige título ni experiencia previa—. Esta modalidad les permite poner a prueba sus habilidades, adquirir experiencia profesional y contrastar los conocimientos obtenidos en el ámbito académico con las demandas y necesidades reales del mercado laboral.

Los lugares de trabajo donde estos diseñadores pueden ser contratados son muy diversos y pueden abarcar desde empresas dedicadas a la impresión digital o tradicional, ya sea como operadores de equipo o atendiendo al público en la recepción de archivos, hasta encargados de un departamento de diseño de una industria transformadora realizando *branding*, diseño de envases, etiquetas y puntos de venta; o bien, en empresas comerciales también como diseñadores de marca, creando contenidos y administrando sus redes sociales; en agencias de mercadotecnia o publicidad brindando forma y estilo a los mensajes de las promociones y campañas publicitarias; en empresas editoriales maquetando periódicos, revistas, libros o realizando ilustración; desarrollando sitios web en empresas dedicadas a este rubro y, últimamente, cada vez más frecuente, en empresas dedicadas a realizar videojuegos o aplicaciones digitales, desempeñándose como diseñadores de interfaces digitales, conocidos comúnmente como diseñadores UX/UI.

En los dos foros de consulta antes mencionados, se les preguntó a los asistentes cuáles consideraban que eran las principales ventajas y desventajas de desempeñarse como empleados. Las respuestas se sintetizan en los siguientes párrafos.

Las principales ventajas de desempeñarse como empleado son las siguientes:

- a. *Sueldo fijo y prestaciones de ley.* Ser empleado garantiza la percepción de un ingreso regular y el acceso a beneficios como seguro de salud y otras prestaciones laborales.
- b. *Seguridad económica.* Contar con un salario estable proporciona mayor certidumbre financiera en comparación con la inestabilidad que puede implicar el trabajo independiente o el emprendimiento.
- c. *Aprendizaje y experiencia.* Trabajar como empleado ofrece la oportunidad de adquirir experiencia práctica en contextos reales, atender problemáticas concretas, conocer distintos modos de organización y gestión, utilizar equipos y tecnologías especializadas y, según las condiciones del entorno laboral, acceder con el tiempo a un crecimiento y desarrollo profesional.
- d. *Integración a un equipo de trabajo.* Formar parte de una organización permite colaborar con colegas y profesionales de otras áreas, lo que además de generar un sentido de pertenencia, favorece la creación de redes de contacto o *networking* que pueden resultar útiles para futuros proyectos personales o profesionales.

Por otro lado, las desventajas de desempeñarse como empleado incluyen:

- a. *Horarios limitados y poca flexibilidad.* Estar sujeto a horarios predefinidos puede dificultar la realización de otras actividades o el desarrollo de proyectos personales. Algunos participantes mencionaron casos en los que los empleadores realizaban llamadas o enviaban mensajes fuera del horario laboral establecido, lo que afecta el equilibrio entre la vida personal y el trabajo.
- b. *Crecimiento profesional no reconocido o remunerado.* No siempre existe una correspondencia entre el aumento de responsabilidades y la compensación económica, lo que puede generar desmotivación.
- c. *Rutina poco desafiante.* En ciertos casos, el trabajo puede volverse repetitivo y carente de estímulos creativos, limitando el desarrollo profesional del diseñador.
- d. *Conformismo.* La estabilidad que brinda un empleo fijo puede derivar en una actitud complaciente y en la pérdida de ambición personal o profesional.
- e. *Dependencia a las decisiones y estilos ajenos.* Al estar sujeto a las directrices de superiores, el empleado debe adaptarse a sus métodos y criterios, lo que puede restringir la autonomía y la posibilidad de desarrollar un estilo propio.

- f. *Menor ingreso potencial.* En comparación con el trabajo freelance o independiente —como se analizará más adelante—, el salario del empleado puede resultar limitado.
- g. *Incompatibilidad con la cultura o el ambiente laboral.* Las diferencias con los valores, dinámicas o estructuras organizacionales de la empresa pueden generar conflictos o insatisfacción, afectando la salud emocional y el desempeño.
- h. *Limitaciones económicas.* El crecimiento financiero del empleado suele estar condicionado por las políticas salariales y las posibilidades presupuestales de la organización.

Cabe destacar que las respuestas a estas preguntas, principalmente aportadas por egresados y empleadores, resultaron de gran interés para los estudiantes que participaron en las mesas de trabajo. Dichas intervenciones propiciaron un diálogo enriquecedor sobre las condiciones que pueden presentarse en los distintos entornos laborales. Entre las conclusiones más relevantes se encontró que, en estos contextos, el diseñador empleado puede vivir tanto experiencias favorables como desafíos o situaciones contraproducentes; no obstante, se coincidió en que lo más valioso es la oportunidad de experimentar, explorar distintos caminos y, tras uno o varios intentos, encontrar la ruta profesional más adecuada para desarrollarse de manera plena y satisfactoria.

Lo anteriormente expuesto puede servir como una guía para la licenciatura al momento de evaluar la preparación de los diseñadores que actualmente conforman —o que en el futuro integrarán— la fuerza laboral. Esto permitirá analizar si las habilidades duras y blandas que se busca desarrollar en los egresados corresponden efectivamente con los conocimientos, competencias y actitudes que demanda el mercado profesional contemporáneo.

En cuanto a los conocimientos o habilidades duras vinculadas con el manejo de programas de diseño, edición de video, maquetación editorial, interfaces digitales y otras herramientas afines, puede afirmarse que el esfuerzo de una universidad por mantenerse al día con los últimos avances tecnológicos nunca será del todo suficiente. Por ello, resulta pertinente fomentar en el estudiante una actitud abierta al autoaprendizaje y a la exploración autónoma de estas tecnologías, incentivando

su curiosidad y experimentación; de este modo, podrá identificar patrones comunes en su uso y enfrentar retos de diseño que fortalezcan su comprensión y dominio práctico. En contraste, el conocimiento del proceso de diseño —de sus etapas, fundamentos y metodologías—, así como la confianza que un egresado adquiere al seguir un camino estructurado hacia la resolución de problemas de comunicación mediante un pensamiento tanto creativo como racional, constituyen responsabilidades esenciales de la institución formadora.

Con respecto a las habilidades blandas, que a la larga son las más importantes, pueden desarrollarse principalmente a través de la dinámica de trabajo dentro del aula. De manera que se fomente la colaboración, el trabajo en equipo y la valoración de las distintas cualidades y capacidades de los compañeros, entendiendo que, lejos de representar un obstáculo en un entorno competitivo, estas diferencias pueden convertirse en un factor clave para el crecimiento colectivo en contextos de aprendizaje colaborativo. Asimismo, el aula constituye un entorno propicio para cultivar el pensamiento crítico, tanto respecto a los propios resultados como a los de los demás. En este proceso, el aprendizaje mediante el ensayo y error permite adquirir seguridad en la toma de decisiones y promover una reflexión consciente sobre las experiencias y los trabajos realizados.

Diseñador emprendedor y empleador

El perfil del emprendedor se relaciona con aquellas personas que, a partir de una idea, un proyecto o la identificación de una necesidad, deciden gestionar y desarrollar su propio negocio. Estos profesionales asumen el liderazgo de sus iniciativas, detectan oportunidades y son capaces de enfrentar los riesgos inherentes al emprendimiento. Además de mostrar iniciativa y autonomía, deben ser organizados, contar con habilidades administrativas y de gestión de proyectos, así como poseer visión, perseverancia, pasión por su trabajo y un espíritu empresarial. Aunque estas cualidades no son exclusivas del perfil emprendedor, son necesarias para su buen desempeño en el campo, por lo que son cualidades que se deberán procurar fomentar, en la medida de lo posible, en el egresado de la LDCG del CUAAD-UdeG.

Con respecto al diseñador empleador, es importante señalar que este perfil puede corresponder tanto a un emprendedor como a un empleado que desempeña un

cargo directivo en alguna agencia, o bien que gestiona equipos de trabajo en la industria creativa y se desenvuelve como un gestor de talento encargado de evaluar y captar nuevo personal creativo para la empresa en la que trabaja.

En esta licenciatura, los egresados pueden tomar ambos roles, cada uno con características, desafíos y oportunidades particulares que deben considerarse para alcanzar el éxito profesional. Tanto el emprendedor como el empleador comparten la responsabilidad de dirigir un negocio y de ocupar una posición estratégica en la toma de decisiones, además de gestionar equipos con liderazgo e involucrarse en aspectos administrativos, financieros, de gestión del tiempo y de captación de clientes. El emprendedor inicia su negocio desde cero, mientras que el empleador opera un negocio ya establecido, con una estructura administrativa, experiencia en el mercado y un equipo de trabajo al que busca fortalecer mediante la atracción y capacitación del talento creativo. Ambos perfiles implican una alta responsabilidad y una considerable carga de trabajo; sin embargo, también ofrecen grandes satisfacciones y un sentido de libertad asociado a la posibilidad de crear, dirigir y ver materializados los propios proyectos.

En este contexto, según Dekel (2022), los rasgos clave que debe cultivar un emprendedor son los siguientes:

Determinación: la capacidad de perseverar a través del fracaso [...] y los desafíos.

Progresión: el deseo y el impulso de mejorar continuamente como emprendedores.

Autoconciencia: un fuerte sentido de autoconciencia que permite mantener la perspectiva de ti mismo, tus fortalezas y debilidades como líder y hombre/mujer de negocios, lo que ayuda a crecer para ser mejor en lo que haces todos los días.

Empatía por los demás (incluyendo a los clientes): Cuando los empresarios entienden cómo piensan sus clientes, pueden crear productos o servicios que resuenan mejor con su audiencia. (párrs. 15-18)

Estos cuatro rasgos ponen de manifiesto la relevancia de las habilidades blandas en el ámbito del emprendimiento. Si bien las habilidades duras o técnicas resultan indispensables y se vinculan con los conocimientos adquiridos durante la formación universitaria, las empresas valoran cada vez más las competencias interper-

sonales, comunicativas y de gestión emocional. Por ello, el fortalecimiento de las habilidades blandas permitirá a los egresados y futuros emprendedores adaptarse con mayor facilidad a los cambios y dar valor a su profesión de manera efectiva.

Para comprender mejor los perfiles de emprendedor y empleador, se examinarán las respuestas proporcionadas por los emprendedores y empleadores que participaron en los foros *De cara al futuro*, en sus ediciones 2018 y 2022, así como las respuestas de los egresados de la licenciatura. Se analizarán sus opiniones sobre ciertas preguntas para identificar las características y peculiaridades que debe tener el perfil de un profesionista emprendedor y empleador, según la visión de los participantes en estos foros.

Se realizaron preguntas relacionadas con aspectos que requiere un diseñador gráfico para emprender; los tópicos más relevantes que se obtuvieron fueron los siguientes: la educación integral, el tiempo, el aspecto económico, el desarrollo —en general—, los clientes, el desarrollo empresarial, los proyectos disruptivos, la competencia, la experiencia y el capital.

Ahora bien, la educación integral resulta fundamental, ya que promueve no solo la adquisición de conocimientos académicos —asociados a las habilidades duras—, sino también el desarrollo personal y social mediante el fortalecimiento de las habilidades blandas. Estas competencias permiten al egresado desenvolverse con seguridad y confianza en los distintos contextos de su vida profesional, facilitando la interacción con clientes, la gestión de relaciones comerciales y la toma de decisiones asertivas. En este sentido, una educación integral se constituye como un pilar esencial para el desarrollo pleno del individuo y para su proyección exitosa en el ámbito laboral.

Cabe destacar la relevancia del conocimiento especializado en aspectos económicos, financieros y administrativos. En el campo del diseño gráfico, este tipo de saberes resulta igualmente esencial, pues la ausencia de ellos puede convertirse en un obstáculo y un riesgo financiero al momento de emprender.

Un aspecto que destacaron los participantes fue la necesidad de contar con programas gubernamentales y de organizaciones que impulsen el desarrollo de iniciativas emprendedoras, así como con redes de apoyo y mecanismos de financiamiento inicial. Asimismo, destacaron la importancia de que los emprendedores

adquieran conocimientos que les permitan gestionar proyectos ante instancias gubernamentales, acceder a estímulos económicos y participar con éxito en procesos de licitación. En esta misma línea, se subrayó la relevancia del capital de inversión o la búsqueda de inversionistas como alternativas viables para iniciar un proyecto. Finalmente, se reconoció que la motivación personal constituye el motor principal del emprendimiento.

Entre las principales barreras para emprender, se identifica de manera recurrente el factor económico y las dificultades financieras que suelen enfrentar los emprendedores, a lo que se suman los retos fiscales relacionados con los aspectos legales y tributarios. También se mencionan la falta de habilidades de liderazgo, el desconocimiento de los procesos para iniciar un emprendimiento y la carencia de formación en temas de gestión. Otro obstáculo es la dificultad para establecer precios adecuados por los servicios ofrecidos, lo que puede afectar la sostenibilidad y el crecimiento del negocio.

Se señaló que no todas las personas están llamadas a emprender, ya que el emprendimiento no es una opción adecuada para todos. Este camino exige un alto nivel de responsabilidad y compromiso, así como la capacidad de enfrentar los retos que conlleva con valor, disposición y carácter.

Otro aspecto que merece atención es la intensa competencia existente en el ámbito profesional, lo que hace indispensable que los diseñadores aprendan a diferenciarse dentro del sector emprendedor, empresarial y en el entorno de las agencias consolidadas, así como frente a otros profesionales independientes o freelance.

Entre las ventajas de emprender, los participantes destacaron el liderazgo, la motivación, la toma de decisiones asertivas, la independencia financiera, el control de proyectos y la flexibilidad o libertad de horarios —aspecto que coincidió con lo señalado en el foro de 2022—. La libertad de tiempo se percibe como una ventaja clave, ya que permite equilibrar la vida personal y profesional, explorar áreas poco atendidas, identificar oportunidades únicas en el mercado y desarrollar soluciones innovadoras. Otro beneficio es la posibilidad de construir una visión propia y establecer modos particulares de trabajo, además de contar con libertad en la selección de proyectos, capacidad de adaptación y apertura a nuevas áreas de oportunidad.

Otra ventaja destacada es la posibilidad de establecer colaboraciones estratégicas que complementen habilidades y se ajusten a las necesidades y objetivos específicos de cada proyecto. Asimismo, se resaltó la importancia de la especialización, la capacitación continua y la actualización constante.

En relación con las estrategias para fortalecer el espíritu emprendedor desde la Universidad de Guadalajara, surgieron diversas propuestas orientadas a desarrollar una auténtica cultura del emprendimiento y fomentar las competencias necesarias para ello. Estas pueden resumirse de la siguiente manera: implementar talleres de innovación, herramientas de autosuficiencia y asignaturas especializadas en administración, finanzas, elaboración de planes de negocio e incubación de proyectos; incorporar desde los primeros semestres contenidos sobre emprendimiento, modelos de negocio sustentables y estrategias de posicionamiento; promover la colaboración interdisciplinaria e intersectorial mediante convenios con la industria y otras instituciones; fomentar el trabajo multidisciplinario y la exposición de proyectos fuera del entorno universitario; ofrecer asesoría y acompañamiento para la creación de empresas; impulsar la mentalidad y conciencia emprendedora a través de apoyos financieros, educación especializada y programas de capacitación; organizar conferencias, charlas y encuentros con egresados emprendedores que compartan sus experiencias y casos de éxito; y finalmente, brindar espacios de práctica mediante proyectos reales, fortalecer la participación estudiantil y habilitar áreas de venta o exhibición para estudiantes emprendedores, con el fin de promover su empoderamiento y visibilidad continua.

Al recapitular las características y habilidades que conforman el perfil del emprendedor, se observa que la mayoría de las respuestas se orientan hacia el desarrollo de habilidades blandas, entre las que destacan la resiliencia, el liderazgo, el pensamiento crítico, las habilidades comunicativas para establecer relaciones interpersonales, la capacidad para gestionar relaciones públicas, el trabajo colaborativo y el manejo de la inteligencia emocional.

Asimismo, se destacó la importancia de consolidar un perfil que integre habilidades orientadas al desarrollo del talento con una visión financiera, administrativa y empresarial. Entre ellas se incluyen el conocimiento del ámbito legal, las técnicas de autogestión, la capacidad para abordar la gestión contractual en los negocios, el

dominio en la elaboración de planes de negocio, la identificación de oportunidades comerciales y la planificación estratégica. Todas estas competencias contribuyen a fortalecer una visión y un perfil empresarial que favorezca el emprendimiento; en este marco, fueron algunas de las múltiples habilidades mencionadas por los participantes en los foros.

Esta diversidad de respuestas ofrece un panorama claro sobre las acciones necesarias para fomentar el espíritu emprendedor dentro de la universidad, desde un enfoque integral. La vinculación con la industria y la creación de incubadoras de proyectos se consolidan como estrategias clave para proporcionar a los estudiantes las herramientas, los recursos y las experiencias que les permitan desarrollarse como emprendedores.

Lo anterior contribuirá a que los egresados desarrollen su carrera de manera más plena y satisfactoria, lo que invita a reflexionar sobre la importancia de fortalecer la formación de un perfil que domine tanto las habilidades blandas como las duras. Estas últimas ya se encuentran contempladas en las asignaturas que conforman la malla curricular de la LDCG del CUAAD-UdeG; sin embargo, es necesario continuar trabajando en los programas académicos para ofrecer una educación verdaderamente integral. De este modo, se proporcionarán las bases necesarias para el emprendimiento, el desarrollo empresarial y el desempeño eficaz en cualquiera de los perfiles profesionales que puede asumir un diseñador gráfico.

Es importante señalar que la malla curricular ya incorpora asignaturas orientadas al desarrollo de habilidades y conocimientos que contribuyen a una formación más integral y con enfoque global; entre ellas destacan Administración de proyectos creativos, Legislación para el diseño gráfico, Emprendimiento en proyectos de diseño gráfico, Gestión del diseño gráfico, Liderazgo y dirección de proyectos, y, Desarrollo sustentable para la producción gráfica. Estas asignaturas brindan al futuro emprendedor y empleador las herramientas necesarias para fortalecer su capacidad de gestión, así como la confianza y la visión estratégica que sustentan una auténtica mentalidad emprendedora.

Definitivamente, un diseñador que aspire a emprender deberá afrontar desafíos que van desde la limitación de recursos y la competencia en un mercado altamente saturado —y en ocasiones desleal—, hasta la necesidad de desenvolverse en un

nicho donde pueda aplicar conocimientos complementarios en áreas como la gestión financiera y legal. Todo ello exige una combinación de habilidades y conocimientos que deben cultivarse desde la formación universitaria, con el propósito de construir un perfil sólido que le brinde las bases necesarias para sobresalir tanto como emprendedor como empleador.

El proceso de consolidarse como emprendedor o empleador requiere tiempo, preparación, esfuerzo constante y desarrollo personal, elementos que se fortalecen mediante el equilibrio entre habilidades blandas y habilidades duras. Es fundamental reconocer que la clave para mantenerse competitivo en el mercado radica en la formación continua y el aprendizaje permanente, los cuales constituyen los pilares fundamentales para seguir aportando valor desde la profesión.

Diseñador gráfico freelance

Para comprender el perfil del diseñador freelance, es necesario partir de la conceptualización y origen del término. La Institución Universitaria Esumer (2018) señala que este tipo de profesional se caracteriza por desempeñar su labor de manera independiente, ofreciendo sus servicios especializados a terceros, denominados clientes. Esta modalidad implica una autonomía total para organizar los tiempos de trabajo y establecer sus propios horarios, así como la posibilidad de facturar según el volumen de proyectos realizados o los resultados alcanzados.

El término freelance tiene su origen en la Edad Media, cuando se utilizaba para designar a los mercenarios que no estaban bajo las órdenes de un señor o ejército específico. En la actualidad, el concepto se aplica a los profesionales que ejercen su actividad de forma autónoma e independiente dentro del ámbito laboral (Institución Universitaria Esumer, 2018). En los últimos años, el número de trabajadores independientes ha aumentado de forma significativa, y se prevé que esta tendencia continúe en ascenso ante la creciente demanda de autonomía y flexibilidad en el trabajo (Institución Universitaria Esumer, 2018). Esta evolución semántica evidencia una transformación profunda en la concepción del trabajo, entendida ahora como una actividad autogestiva, adaptable y orientada al equilibrio entre la vida personal y profesional.

En los foros del 2018 y 2022, se presentaron a los egresados dos preguntas rectoras relacionadas al desempeño profesional del freelance: ¿Por qué ser un diseñador gráfico freelance? y ¿Cuáles son los mayores retos?

En 2018, los egresados destacaron que las principales ventajas de desempeñarse como diseñador gráfico freelance incluyen el mayor control sobre el propio trabajo, el tiempo y los ingresos; la posibilidad de desarrollarse en un área de especialización; la libertad para elegir proyectos y construir un estilo o lenguaje propio para ofrecerlos; así como la capacidad de actuar como consultor independiente en cada proyecto. Además, esta modalidad brinda flexibilidad de horarios, la posibilidad de que el esfuerzo y la calidad del trabajo se reflejen directamente en los ingresos, la libertad de expresión creativa, mayores oportunidades económicas, crecimiento profesional y una independencia laboral más sólida.

Por otra parte, en 2022 los egresados señalaron como principales ventajas de trabajar como freelance la libertad de ser su propio jefe, la posibilidad de obtener mejores ingresos, la oportunidad de elegir proyectos afines a sus intereses, y la capacidad de decidir sobre su tiempo y horarios. También destacaron el aprendizaje constante que surge de los desafíos propios de la autogestión, así como la autonomía y el control que esta modalidad ofrece sobre los proyectos. Además, subrayaron que trabajar de manera independiente les permite enfocarse en las áreas donde poseen mayor dominio.

Entre las habilidades reconocidas y valoradas que garantizan un desempeño profesional eficaz en el diseñador gráfico freelance —capaz de responder a las diversas y cambiantes demandas de su ámbito laboral—, destacan aquellas consideradas como competencias esenciales en este campo. Entre ellas se encuentran la organización, la autogestión, la capacidad de adaptación, la disciplina, la responsabilidad, las habilidades interpersonales, la capacidad para trabajar bajo presión y resolver problemas, la creatividad, la comunicación efectiva y el aprendizaje continuo.

Asimismo, resulta pertinente mencionar los consejos que Viana (2016) propone para destacar como profesional freelance: (1) contar con un plan de negocio que oriente las metas y estrategias de trabajo; (2) disponer de capital inicial para comenzar la actividad; (3) definir claramente las modalidades y condiciones de

pago; (4) establecer contratos formales con los clientes que respalden los acuerdos laborales; (5) darse a conocer en su área de especialización; y (6) contar con un espacio de trabajo adecuado.

En relación con los principales retos que enfrenta un diseñador gráfico freelance, en 2018 los egresados identificaron varios desafíos recurrentes: la dificultad para encontrar clientes dispuestos a invertir en servicios independientes, la complejidad de establecer una red de contactos o *networking* efectiva, la carencia de competencias administrativas, y la necesidad de mantener un alto nivel de organización, autogestión y autonomía. También señalaron la falsa creencia de que un solo profesional puede abarcar todas las tareas del proceso de diseño, la importancia de construir una reputación sólida, la incertidumbre derivada de la falta de trabajo constante y, en algunos casos, la ausencia de respaldo y calidad.

Asimismo, en 2022, los egresados señalaron como principales retos del diseñador gráfico freelance la búsqueda constante de clientes y proyectos, la necesidad de generar confianza en nuevos clientes, la autogestión del tiempo y de los procesos de trabajo, así como la falta de seguridad y estabilidad laboral. También mencionaron la complejidad en la administración de proyectos, la incertidumbre respecto a la continuidad del trabajo, la carencia de educación financiera, la importancia del registro de marca y la gestión adecuada de la relación con los clientes. Otros desafíos identificados incluyen la necesidad de contar con una cartera de clientes estable, el dominio de conocimientos sobre costos y medios de difusión, y el fortalecimiento de cualidades personales como la seguridad, el talento, la iniciativa y las habilidades de desarrollo y comunicación.

En resumen, ejercer como diseñador gráfico freelance ofrece múltiples ventajas, entre las cuales destacan la libertad para elegir los proyectos de interés, la posibilidad de obtener mayores ingresos y el control sobre la propia dinámica laboral. No obstante, esta modalidad también implica ciertos retos que requieren disciplina, autogestión y preparación constante. Con perseverancia y una formación adecuada, es posible superar dichas dificultades y aprovechar plenamente las oportunidades y beneficios que brinda el trabajo independiente.

Cultura del diseño, valor de la especialización y aportación de la universidad para formar profesionistas más plenos (preparados)

Para finalizar, se presentan los resultados obtenidos de tres preguntas relacionadas con la cultura del diseño, el valor de la especialización y la contribución que la universidad puede ofrecer para la formación de profesionales más preparados.

La cultura del diseño puede entenderse como la presencia activa de esta disciplina y de sus productos en la sociedad. Esta cultura debe incluir no solo el reconocimiento, la valoración y el aprovechamiento del diseño en los procesos productivos, comerciales y comunicacionales de empresas e instituciones, sino también su incorporación en la vida cotidiana de las personas. Esto implica reconocer la necesidad del diseño y su influencia en los entornos habitados, así como en las actividades diarias, los espacios de recreación y los momentos de ocio.

Para fortalecer y expandir la cultura del diseño en un estado como Jalisco, los profesionistas del área pueden impulsar diversas acciones, varias de las cuales fueron propuestas por los asistentes. Se destacó, en primer lugar, la necesidad de crear una organización o colegio profesional que promueva el diseño gráfico como un servicio social con beneficios tangibles para la comunidad; esta instancia podría, además, establecer un tabulador de sueldos o salarios con base en categorías y funciones dentro del ámbito laboral, así como definir tarifas mínimas y máximas para los productos y servicios ofrecidos por diseñadores o despachos especializados. Tales medidas contribuirían a evitar la competencia desleal y de bajo costo, además de reducir el desconocimiento y las falsas expectativas que suelen tener quienes contratan servicios de diseño gráfico, fortaleciendo así la profesionalización y el reconocimiento del sector.

Además, se destacó la importancia de fomentar la realización de congresos, festivales y eventos abiertos al público en general, que permitan visibilizar la relevancia del diseño gráfico y de sus productos en la sociedad. De igual forma, se propuso la organización de encuentros internos orientados al intercambio de avances académicos, tecnológicos y disciplinares, con el propósito de fortalecer la comunidad profesional, establecer acuerdos de colaboración y definir estrategias que impulsen el desarrollo de un estilo de diseño propio. Este, a su vez, podría proyectarse más allá del ámbito local, logrando reconocimiento a nivel nacional e internacional.

Con respecto a la especialización dentro del campo del diseño gráfico, los participantes señalaron que esta puede brindar a los egresados una mayor proyección y visibilidad profesional. Al enfocarse en una rama específica del diseño, el profesionista tiene la oportunidad de profundizar en su área de interés, perfeccionar sus habilidades y alcanzar un nivel superior de experiencia, lo cual le permite diferenciarse de otros diseñadores.

También se destacó que la especialización es un requisito en la incipiente industria creativa, donde se busca que los diseñadores focalizados en las distintas áreas disciplinares desarrollen una visión única, minuciosa y perfeccionista. A través de la especialización, es posible alcanzar mejores resultados en menor tiempo.

Lo mencionado anteriormente contrasta claramente con la concepción tradicional del diseñador gráfico, a quien, al integrarse en un negocio o industria, se le suele exigir que desempeñe múltiples funciones dentro de la misma organización, generalmente por un mismo salario.

Un punto de vista ampliamente compartido fue que, aunque un diseñador gráfico se especialice en un perfil único, es fundamental que mantenga un conocimiento general de otras ramas del diseño. Esto se debe a que una de las principales cualidades de la disciplina es su versatilidad, la cual permite al profesional intervenir en distintos contextos y adaptarse a diversas problemáticas. Así, el diseñador puede abordar los retos desde una perspectiva integradora y creativa.

Con relación a la aportación de la universidad para formar profesionistas más plenos (preparados), los egresados que participaron en los foros coincidieron en la necesidad de implementar estrategias orientadas a fortalecer la formación integral de los estudiantes. Entre ellas, destacaron la importancia de involucrar a los jóvenes en procesos creativos, formarlos en áreas integrales, propiciar el trabajo interdisciplinar, fomentar tanto el desarrollo técnico como cultural, junto con el hábito de la lectura y la participación en exposiciones. También, propusieron ofrecer talleres, cursos, conferencias, charlas, ferias de empleo y actividades extracurriculares que amplíen las experiencias formativas. Finalmente, subrayaron la relevancia de inculcar el pensamiento crítico y la comunicación verbal efectiva, así como estrategias para afrontar los impactos sociales y financieros del mundo laboral actual.

De este modo, las propuestas presentadas en los foros subrayan la importancia de fortalecer de manera equilibrada tanto las habilidades duras como las blandas, reconociendo que su integración permite enfrentar con mayor eficacia los desafíos y aprovechar las oportunidades del entorno profesional.

Conclusiones

Es relevante mencionar que las respuestas proporcionadas por los participantes se enfocan principalmente al desarrollo de habilidades blandas, consideradas esenciales para el ejercicio profesional contemporáneo; entre ellas, destacan la resiliencia, el pensamiento crítico, la comunicación efectiva, la colaboración, la inteligencia emocional y el liderazgo. Asimismo, se enfatiza la necesidad de consolidar un perfil profesional que integre competencias orientadas al desarrollo del talento individual, complementadas con una visión financiera, administrativa y empresarial.

Estas respuestas dan un panorama claro sobre las acciones necesarias para desarrollar perfiles profesionales con una visión más amplia e integral. Asimismo, resaltan la importancia de fomentar el espíritu emprendedor mediante la promoción de la interacción con los distintos sectores productivos y la creación de incubadoras.

Por lo tanto, el diseñador profesional debe mantenerse en una búsqueda constante de conocimiento, adaptándose de manera continua a los requerimientos y a los cambios que impone un entorno cada vez más globalizado. Esto implica el desarrollo y la incorporación de nuevas habilidades que respondan a las necesidades emergentes y a la evolución de los distintos perfiles profesionales. En este sentido, resulta fundamental que el diseñador gráfico no solo se adapte a las nuevas demandas del contexto, sino que también contribuya activamente a la transformación de su disciplina.

El diseñador profesional, desde sus distintos perfiles, debe mantenerse en un proceso continuo de actualización en los ámbitos económico, social y cultural, lo que le permitirá desarrollarse, adaptarse y transformar tanto su propia percepción como la forma en que su labor es percibida por los demás. A partir de una reflexión crítica sobre lo que puede hacerse en los campos educativo, académico y profesional, se vuelve esencial promover un trabajo colaborativo con los diferentes

sectores de la sociedad. Solo a través de esta interacción será posible anticiparse a los escenarios futuros y contribuir, desde la disciplina, a la consolidación de una cultura del diseño gráfico más sólida, significativa y generadora de valor. ●

Referencias

- Dekel, R. (2022). Estas son las 4 características que necesitas para ser un emprendedor exitoso. *Entrepreneur*. <https://www.entrepreneur.com/es/emprendedores/estas-son-las-4-caracteristicas-que-necesitas-para-ser-un/440433>
- Díaz-Barriga, F., Lule, Ma. de L., Pacheco, D., Saad, E. & Rojas-Drummond, S. (2012). Elaboración del perfil profesional. En *Metodología de diseño curricular para educación superior* (pp. 87-107). Trillas.
- Institución Universitaria Esumer. (2018). El freelance y el teletrabajo: Nuevas tendencias en el ámbito laboral. *Mercatec*, 3(54), 46–54. <https://repositorio.esumer.edu.co/items/42896b1f-b436-49e2-b3ff-d421e268a8e5>
- Viana, J. (2016). Seis consejos para ser el mejor ‘freelance’ y más sobre esta opción de vida. *Portafolio*. <https://www.portafolio.co/mis-finanzas/ser-freelance-en-colombia-tiene-varios-retos-500545>
- Quesada, J. (2016). México, meca del diseño mundial. *Forbes Life*. <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/mexico-meca-del-diseno-mundial/>

CAPÍTULO VII



El diseño gráfico a futuro en la Universidad de Guadalajara: de la ficción a la prospección

Leonardo Mora Lomelí  

Resumen

Desde la aparición de las herramientas de autoedición en la década de los noventa y, más recientemente, con la irrupción de la inteligencia artificial, el futuro del diseño gráfico ha sido objeto de especulación constante. Estas reflexiones, a menudo impregnadas de narrativas apocalípticas o de ciencia ficción, nos invitan a trazar una trayectoria evolutiva de la profesión y a vislumbrar un nuevo paradigma basado en un análisis reflexivo y transversal que integre las voces de distintos sectores vinculados a la profesión.

Palabras clave: futuro del diseño, perfil del diseñador, prospectiva, tecnología

Introducción

Partiendo de esta premisa, se reunieron las voces de empresarios, empleadores, egresados, estudiantes y profesores de diseño gráfico para reflexionar sobre el futuro de la profesión en el marco de los foros *De cara al futuro* (2018 y 2022), organizados por la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica (LDCG) del Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño (CUAAD) de la Universidad de Guadalajara.

En este capítulo se presentan los resultados de dichas reflexiones, enriquecidos con los aportes críticos de autores fundamentales en el campo del diseño, como Chaves (2011), Bonsiepe (2012) y Glaser (2014). Sus perspectivas permiten complementar una visión amplia sobre el perfil futuro del diseñador gráfico, integrando tanto una mirada internacional como una comprensión transgeneracional de la profesión.

Como punto de partida, puede afirmarse que el diseño gráfico ha sido, a lo largo de su historia, un reflejo de la evolución de las formas en que la sociedad interactúa y se comunica —visualmente—. Desde los incipientes sistemas de impresión tradicional hasta la actual variedad de sistemas de reproducción en soportes digitales, los diseñadores han desempeñado un papel esencial en la configuración y materialización de los mensajes que han de exponerse ante la comunidad para tratar de incidir en la manera en que percibimos y comprendemos el mundo que nos rodea.

Con la llegada de la inteligencia artificial y la automatización de tareas creativas, el debate sobre el futuro de la profesión se ha reavivado. El avance tecnológico acumulado en las recientes décadas ha llevado al diseño gráfico a un punto de inflexión que exige dilucidar los desafíos y oportunidades que ahora emergen. Como en el pasado, hoy se discute sobre el posible fin de la profesión y el surgimiento de nuevos oficios; sin embargo, esta situación no es nueva. Como veremos más adelante, la evolución de los medios y plataformas ha sido una constante en la historia, no solo del diseño, sino de la humanidad.

Es esencial analizar cómo la comunidad de diseñadores gráficos, en particular aquellos formados en la Universidad de Guadalajara, enfrenta este nuevo panorama evolutivo, caracterizado por la transformación tecnológica y los retos éticos que esta conlleva. A continuación, exploraremos brevemente los cambios de para-

digma en la profesión y las percepciones de los actores clave —estudiantes, egresados, profesores y empleadores— en torno al futuro del diseño gráfico.

Finalmente, este análisis se complementa con las reflexiones y críticas de autores fundamentales del diseño, quienes han sido claves en la configuración de los planes de estudio, tanto en la Universidad de Guadalajara como en diversas instituciones de educación superior a nivel internacional. Estos autores han realizado en años recientes un análisis crítico de la profesión, señalando carencias y paradigmas actuales.

Con tintes de ficción: trayectoria evolutiva de la profesión

Para comprender el futuro del diseño gráfico, es necesario mirar hacia atrás y entender su evolución. Durante décadas, esta disciplina ha sido impulsada por avances tecnológicos y cambios culturales, manteniendo una constante transformación. Desde los inicios del diseño impreso hasta la actual era digital y de redes sociales, la profesión ha cambiado significativamente; sin embargo, principios fundamentales como la comunicación, la argumentación, la composición y la estética, por mencionar algunos, siguen siendo piedras angulares e inamovibles de la disciplina.

Los fundamentos del diseño, desde las etapas básicas de proyección hasta el dominio de los recursos comunicacionales y el uso estratégico de herramientas para la comunicación gráfica, siguen estando vigentes. Lo que ha cambiado de manera sustancial es el conjunto de herramientas disponibles.

El diseño gráfico ha transitado desde el uso de herramientas tradicionales —como estilógrafos, escuadras, aerógrafos y fotografía análoga— y métodos de reproducción —como el offset, la serigrafía o el grabado— hasta la incorporación de software especializado potenciado hoy por la generación de imágenes mediante algoritmos de inteligencia artificial, que luego son reproducidas y difundidas a través de teléfonos inteligentes y dispositivos electrónicos. A lo largo de este proceso evolutivo, el diseñador ha sabido configurar mensajes visuales adaptando los conceptos y los requerimientos estéticos a las herramientas disponibles en cada época.

La disciplina del diseño gráfico se expande al mismo ritmo que evolucionan sus herramientas, pero sigue manteniendo una base conceptual que respeta los principios cognitivos, argumentativos y comunicacionales del ser humano. Esta dualidad entre lo tecnológico y lo conceptual hace que la dimensión más visible del diseño

—la técnica y la construcción formal de las piezas de comunicación— genere, en ocasiones, la percepción errónea de que la labor del diseñador se limita a su habilidad técnica. Así, se tiende a pensar que el diseño cambia, se desarrolla o incluso desaparece en función de la plataforma utilizada.

Este fenómeno no es exclusivo del diseño gráfico. Scolari (2022), en su análisis sobre la evolución de los medios y plataformas, menciona que “desde hace al menos seis mil años, cuando nacieron las primeras formas de escritura, diferentes tecnologías, formatos y soportes materiales han competido por ocupar un lugar dominante en el espacio comunicativo” (p.10). Así como en la antigüedad existieron disputas entre soportes de escritura —como el papiro y el pergamino—, en la actualidad los estándares tecnológicos también compiten entre sí, como sucedió con *VHS* frente a *Betamax* o *Windows* frente a *Macintosh*.

De manera similar, el diseño gráfico se debate continuamente entre el predominio de plataformas, las continuas actualizaciones de software y, más recientemente, el uso de modelos y aplicaciones basadas en inteligencia artificial para la generación de material gráfico.

Esta constante evolución ha generado una dicotomía en la formación de los diseñadores, en la que se enfrentan dos enfoques: uno orientado a la práctica o acción proyectual, y otro a la teoría o reflexión sobre los fenómenos comunicacionales en los que el diseño incide. Este debate, que no es exclusivo de la disciplina, polariza las posturas cuando se discute el futuro de la profesión.

Al respecto, Castañeda (2009) menciona:

Parece claro que existen dos o más diseños que conviven en la realidad: un diseño que se viste de comunicación y reflexión y un diseño que atiende una demanda de soluciones rápidas y productos instantáneos. Los dos existen en el ámbito profesional y no son excluyentes mutuos. En la academia, el diseño que subsiste es el de la reflexión, que no acaba de persuadir al diseño del hacer de la necesidad de su presencia. Tal vez porque el quehacer del diseñador se centra en el hacer, o tal vez por la reciente inclusión de la disciplina en el aula. En ambos grupos hay un acuerdo acerca del carácter de la teoría para el diseño: debe ser utilitaria. No hay estudios acerca de cómo el diseñador utiliza sus conocimientos teóricos a la hora de resolver problemas. (p.39)

Con respecto a esta dicotomía en la formación del diseñador, es relevante señalar que un sector importante de los docentes en áreas de diseño corresponde a la figura del “profesional-académico, persona que se dedica al diseño e incluye la enseñanza en su quehacer” (Castañeda, 2009, p.39). Este grupo de profesionales suele mostrar a los estudiantes los factores tecnológicos, conceptuales y de gestión que influyen en la eficacia comunicacional y comercial de un proyecto de diseño. Para respaldar sus ideas, recurren a la teoría, principalmente aquella que se puede aplicar de manera utilitaria en el aula, aunque no siempre de manera reflexiva.

Esta evolución, junto con el debate sobre los modelos de enseñanza actuales, proporciona un contexto útil para abordar el futuro del diseño gráfico y, en particular, la formación de los egresados de diseño de la Universidad de Guadalajara.

Este debate prospectivo se abordará desde las voces de estudiantes, egresados, profesores y empleadores, todos vinculados a la historia y actualidad de la LDCG de la Universidad de Guadalajara. Las reflexiones expresadas durante los foros de diálogo realizados en 2018 y 2022 ofrecen un valioso contraste que permite explorar los temas más relevantes para esta comunidad hoy en día.

Miradas a la prospección en la Universidad de Guadalajara: el diseño gráfico a futuro, en voz de estudiantes, egresados, profesores y empleadores

En los años 2018 y 2022, como parte de los trabajos preparatorios y prospectivos previos a la reacreditación de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica del CUAAD de la Universidad de Guadalajara, se llevaron a cabo foros de diálogo con distintos actores de la comunidad universitaria vinculada a este plan de estudios, para conocer su opinión sobre distintos aspectos del programa académico, entre ellos, su visión a futuro.

En este ejercicio fueron convocados estudiantes en activo de los semestres más avanzados de la licenciatura, egresados del programa provenientes de distintas generaciones y con un amplio rango de experiencia en el ejercicio profesional, desde los recién egresados hasta los que llevan lustros inmersos en el mercado laboral; asimismo, participaron miembros de la plantilla actual de docentes, quienes fun-

gieron como moderadores, y empresarios en su rol de empleadores constantes del talento emanado de las aulas de este programa.

Dentro de la dinámica, al abordar el tema del futuro del diseño gráfico, se consultó la opinión y se fomentó el diálogo de los involucrados en torno a las siguientes preguntas clave:

- a. ¿Qué necesidades deberá solucionar un diseñador gráfico en el futuro?
- b. ¿Qué actitudes y aptitudes buscarán los empleadores del futuro?
- c. ¿Cómo cubre el nuevo programa académico esas necesidades?
- d. ¿Qué mejoras tiene el nuevo programa académico? (Nota: se trataba de recabar sus opiniones sobre el actual Plan de estudios, que en ese momento recién se comenzaba a implementar y estaba en fase de análisis y retroalimentación).
- e. ¿Qué desventajas tiene el nuevo programa académico?
- f. ¿Cómo podría evolucionar la carrera y el profesionista de diseño gráfico?
- g. ¿Cómo podríamos incrementar la percepción del valor del diseño en nuestra sociedad?
- h. ¿Qué valores debería fomentar la universidad al estudiante de diseño gráfico en un futuro?
- i. ¿Cómo debería ser la nueva relación estudiante-maestro?
- j. ¿Cómo es el profesional del diseño gráfico del futuro?
- k. ¿Qué podría hacer desaparecer la profesión de diseño gráfico?
- l. ¿Quiénes o qué podrían sustituirla?

A partir de los diálogos sostenidos y de las numerosas respuestas obtenidas —recopiladas gracias a las versiones estenográficas y a las notas transcritas durante los foros—, es posible realizar una síntesis general de los principales planteamientos (Tabla 1). A continuación, se presenta un resumen comparativo de las respuestas, organizadas por año (2018 y 2022) y por sector (estudiantil, de egresados, profesores y empleadores), así como las conclusiones derivadas de los diálogos plenarios de cada una de las mesas de trabajo establecidas para este propósito.

Al comparar las percepciones sobre el futuro del diseño gráfico entre estudiantes, egresados, profesores y empleadores en los años 2018 y 2022, se percibe una evolución en la visión de los estudiantes. Se observa una mayor conciencia sobre la

Tabla 1

Síntesis y comparación de opiniones de estudiantes, egresados, profesores y empleadores sobre el futuro del diseño

Sector	2018	2022
Estudiantil	Los estudiantes expresan preocupación por la necesidad de adaptarse a un entorno en constante cambio, la importancia de habilidades técnicas y tecnológicas, la multidisciplinariedad, la innovación, la educación centrada en la experiencia, la comunicación y el desarrollo profesional. También son conscientes de sus fortalezas y debilidades.	Los estudiantes expresan la importancia de adaptarse a las tendencias y desafíos futuros, mejorar la relación entre maestro y alumno, desarrollar competencias y valores, abordar la influencia de la tecnología y la inteligencia artificial, y reconocer el valor del diseñador en la sociedad. Además, destacan la importancia de la argumentación y la necesidad de una visión futura y especialización en diseño.
Egresados	Los egresados expresan la importancia de la experiencia laboral, la colaboración, la tecnología, la especialización, el valor del diseño gráfico, la educación, las habilidades humanas, la adaptación y las tecnologías emergentes en el futuro de la profesión. También destacan la singularidad del diseño gráfico y la necesidad de ser analíticos, críticos y empáticos.	Los egresados enfatizan la importancia de las competencias y habilidades del diseñador, la capacidad de solucionar problemas y la relación entre maestro y estudiante. También destacan la necesidad de enfocarse en el diseñador como solucionador de problemas, la importancia de la tecnología y la visión del diseño gráfico en la sociedad.
Profesores	Los profesores destacan la importancia de la adaptación, la diversificación, la comunicación efectiva, la colaboración con el cliente, la creatividad y una educación orientada a la comprensión del mundo real y la expresión del alumno en el diseño gráfico del futuro. También subrayan la necesidad de ser autodidacta y pensar críticamente, así como de especializarse en diversas disciplinas dentro del diseño gráfico.	Los profesores subrayan la importancia de las habilidades y conocimientos del diseñador, su capacidad para adaptarse a las tendencias cambiantes y la necesidad de reinventarse. También resaltan la relevancia de la tecnología y la inteligencia artificial en el campo del diseño gráfico, y enfatizan la importancia de la relación entre maestros y alumnos en un entorno de enseñanza equitativa.

Empleadores	Los empleadores subrayan la importancia de un enfoque en el impacto social y ecológico, la especialización en medios digitales, la formación de diseñadores globales y la actualización de programas educativos para adaptarse a las necesidades actuales del diseño gráfico. También destacan la promoción del emprendimiento y la conexión del diseñador con el mundo, aunque reconocen desafíos como la presión laboral y las posibles pérdidas en la expresión artística.	Los empleadores subrayan la relevancia de las habilidades blandas y la capacidad de adaptación a nuevas tecnologías. También enfatizan la necesidad de una relación recíproca en la enseñanza, con un enfoque en la innovación y la solución de problemas. La influencia de la automatización y la inteligencia artificial en el diseño gráfico es un tema relevante. También se menciona la importancia de valorar el trabajo y evitar la romantización de la profesión.
Conclusiones plenarias	Las conclusiones de empleadores, egresados, profesores y estudiantes resaltan la importancia de resolver problemas, valorar el conocimiento, adaptarse a las nuevas tecnologías, promover valores éticos, fortalecer la relación maestro-alumno, empoderar al alumno y fomentar habilidades sociales y liderazgo en el diseño gráfico del futuro. También se enfatiza la necesidad de especialización y la importancia del valor del diseño en la sociedad.	Las conclusiones de empleadores, egresados, profesores y estudiantes destacan la importancia de una formación integral que va más allá del uso de herramientas digitales. Se enfatiza la necesidad de ser capaz de resolver problemas, colaborar interdisciplinariamente, realizar investigaciones y adaptarse a las tecnologías en constante cambio. Además, se menciona la relevancia de la retroalimentación en la enseñanza y se ofrece orientación tanto a maestros como a alumnos para fomentar el desarrollo personal y profesional en el campo del diseño gráfico.

Nota. Elaboración basada en versiones estenográficas y transcripción de notas elaboradas en el Primer y Segundo Foro *De cara al futuro* (28 de octubre 2018 y 26 de noviembre 2022), realizado en la Universidad de Guadalajara.

velocidad con la que cambia la industria, la influencia determinante de la tecnología y la necesidad de desarrollar competencias amplias que trasciendan las habilidades técnicas. Los estudiantes de 2022, además, muestran un mayor interés en su relación con los docentes y en reconocer el valor del diseñador en la sociedad.

Por su parte, los egresados centran su atención en el desarrollo de competencias y habilidades específicas que les permitan responder eficazmente a las demandas del mercado; además, destacan por su capacidad para resolver problemas y por su interés en que el diseño gráfico sea reconocido y valorado dentro de la sociedad. En cuanto a los profesores de la licenciatura, su enfoque se orienta hacia el desarrollo de conocimientos y habilidades concretas, la adaptación a las tendencias cambiantes y la necesidad de reinventarse constantemente, en concordancia con la creciente influencia de la tecnología en los procesos y metodologías del diseño.

Los empleadores, por otro lado, valoran cada vez más las habilidades blandas y la adaptación tecnológica; asimismo, muestran una mayor consciencia sobre el impacto de la automatización y la inteligencia artificial en la práctica de la profesión.

Así, los cuatro sectores participantes coinciden en la importancia de una formación integral, la colaboración interdisciplinaria, el desarrollo de investigaciones y la adaptación a tecnologías en constante cambio. Además, en ambos periodos analizados, la capacidad para resolver problemas y la práctica de una ética profesional sólida se mantienen como ejes fundamentales en la formación y el ejercicio del diseño gráfico.

Ejercicio autocrítico y reflexivo: el futuro del diseño en voz de autores fundacionales de la disciplina

Analizar la evolución de la profesión en términos generales y revisar las percepciones de distintos miembros de la comunidad vinculados al programa académico de Diseño para la Comunicación Gráfica en dos periodos específicos —2018 y el periodo posterior a la pandemia, 2022— permite obtener una visión más clara sobre el estado actual de la disciplina. No obstante, este ejercicio reflexivo también demanda contrastar la visión local con la de algunos referentes internacionales y fundacionales del diseño, especialmente aquellos que forman parte del corpus teórico esencial de la disciplina.

Para complementar esta visión, resulta pertinente acudir a las reflexiones de diseñadores consagrados y autores reconocidos, como el norteamericano Milton Glaser, nacido en 1929, creador del icónico símbolo “I Love NY” y figura fundamental en la consolidación del diseño gráfico como disciplina profesional desde mediados del siglo xx. Glaser, en un acto de reflexión sobre el papel actual del

diseño y los cambios que le han sobrevenido, analiza cómo la mercadotecnia y la publicidad han ido transformado nuestra cultura en las últimas décadas.

En particular, Glaser (2014) reflexiona sobre el papel de los diseñadores en esta evolución y expresa “he cambiado de opinión sobre mi autodesignación: diseñador/ciudadano me parece una descripción más satisfactoria. Nunca existió mejor momento para asumir esta función” (p.21). Asimismo, sostiene que el arte es, actualmente, una de las formas más benignas y esenciales de crear comunidad, y que todas las personas vinculadas al ejercicio creativo tienen, por tanto, una función crucial en la transformación de la sociedad. Es relevante señalar que esta reflexión la formula a los 85 años, desde la distancia y serenidad que le otorgaba su retiro de la vida profesional y académica.

Con el mismo ánimo autorreflexivo, Gui Bonsiepe —diseñador industrial nacido en 1934, teórico y docente del diseño, heredero de la tradición de la Bauhaus y uno de los autores más respetados en la disciplina—, acercándose a sus 80 años, realizó un ejercicio de conciencia sobre el papel del diseño en el mundo contemporáneo. Sin dejar de reconocer los principios técnicos que dieron origen a la profesión, Bonsiepe propone reconciliar el diseño con el espíritu del hombre frente a la abrumadora carga del capitalismo. Advierte que, aunque el diseño se encuentra en la intersección entre la cultura de la vida cotidiana, la tecnología y la economía, este no ha atraído:

salvo loables excepciones, la atención del pensamiento filosófico, probablemente, y debido a esa indiferencia, el discurso del diseño no cuenta con el mismo grado de elaboración y madurez que en otras áreas: por ejemplo, la teoría del cine, de la literatura o de las ciencias. Por el momento, la condición cognitiva del diseño está cubierta por un velo de dudas, pues se despliega en el dominio de la visualidad, intrínsecamente entrelazado con la experiencia estética, y menos con el dominio de la discursividad. A diferencia de otras disciplinas universitarias, el diseño no está orientado, en primer lugar, a la generación de nuevos conocimientos, pero sí a las prácticas de la vida cotidiana. El diseño se enfoca al carácter operativo o performativo de los artefactos materiales e inmateriales, interpretando la función y funcionalidad no desde el punto de vista de la eficiencia física como pasa en las ingenierías, sino en términos de comportamiento insertado en una dinámica cultural y social. (Bonsiepe, 2012, p.263)

Una reflexión similar puede encontrarse en la obra del autor latinoamericano Norberto Chaves —nacido en Buenos Aires en 1942—, reconocido asesor en identidad corporativa, ensayista y docente en programas de posgrado, además de conferencista habitual en foros de arquitectura, diseño y comunicación. Tras una extensa trayectoria dedicada a la teoría y a la gestión de la comunicación corporativa, la identidad visual y la construcción de marcas, Chaves, a sus 75 años establece una dura crítica hacia los dilemas culturales que ha acarreado el capitalismo financiero, así como sus manifestaciones y su aplicación o réplica irreflexiva en el mundo del diseño.

Chaves (2001) advierte en el diseñador “los errores, simplismos, esquematismos propios de la conciencia joven y el predominio de la pasión sobre la exactitud” (p.9), los cuales surgen cuando no se considera la dimensión humana de lo diseñado. “Reducir nuestras inexactitudes sin lesionar la pasión” (p.9), sería una de las virtudes que habría que considerar para una correcta interpretación y comprensión de la realidad de la cual se parte.

Lo expuesto anteriormente por los tres autores —Glaser, Bonsiepe y Chaves— refleja una profunda reflexión sobre la profesión del diseño, concibiéndolo como una actividad proyectual que trasciende la mera configuración estética de las piezas comunicacionales, y que considera tanto sus implicaciones éticas como sus limitaciones paradigmáticas.

En los tres autores es evidente la idea de que un ejercicio coherente y sostenible del diseño, a futuro, requiere que el diseñador posea una formación intelectual que trascienda el dominio de la visualidad y la habilidad técnica.

A decir de Bonsiepe (2012), “en el campo del diseño, la formación intelectual no tiene un sólido historial, porque la formación del diseño surgió del aprendizaje de oficios con profunda desconfianza hacia la teoría” (p.26). Tal desconfianza deriva en un endeble bagaje cultural y teórico en el diseñador, que le impide discernir con solvencia desde la perspectiva de lo humano, histórico y sociocultural.

Es atípico que el diseñador se asuma en un rol político y reflexivo frente a la extendida idea de generación de valor mercantil, pericia tecnológica y realización meramente estética. En este sentido, “la creación de una conciencia crítica como un paso indispensable para una práctica proyectual crítica” (Bonsiepe, 2012, p.15)

se da gradualmente con la experiencia profesional, pero no existe garantía de que esta se pueda alcanzar; el hábito del diseñar guiado por la reflexión se suele dar conforme se escalan posiciones en el mercado laboral y, con ello, un incremento gradual de la conciencia por la responsabilidad que esto conlleva.

Según Cardoso (2014), “a medida que el mundo se vuelve más complejo, la gente, al parecer, está menos dispuesta a formarse un sentido de las cosas” (p.24), optando por consumir una serie interminable de experiencias para paliar las carencias generadas por su acelerado ritmo de vida. En consecuencia:

El diseño se ha distanciado cada vez más de la idea de “solución inteligente de problemas” y se ha ido aproximando a lo efímero, a la moda, a lo rápidamente obsoleto, al juego estético-formal, a la boutiquización del mundo de los objetos. [...] El diseño se transformó de este modo en un acontecimiento mediático, en espectáculo. (Bonsiepe, 2012, p.4)

Es precisamente esta dinámica la que el futuro del ejercicio del diseño gráfico debe abordar: otorgar sentido a los artificios que el diseño crea y a la formación que recibe el diseñador en las aulas universitarias, en el contexto de la complejidad que caracteriza la práctica del diseño.

Podría pensarse que el diseño gráfico se basa en una serie de:

principios, normas y reglas estéticas que hay que poner en servicio para mejorarle la comunicación o la imagen al cliente. [Sin embargo] Esto es totalmente falso y está vinculado con la concepción errónea de la profesión como una disciplina que tiene axiomas propios. (Chaves, 2011, p.7)

Los principios y axiomas del diseño son, en realidad, los de la parte contratante. Si los deseos o motivaciones del cliente están fundamentados en un profundo respeto por el otro, el diseño desplegará los recursos necesarios para que el proyecto satisfaga esas expectativas.

El reto de un ejercicio reflexivo del diseño a futuro radica en mantener una actitud crítica y analítica frente a las dinámicas del mercado, actuando éticamente ante los problemas y acontecimientos de nuestra época. Como señala Margolin (2006):

Debemos recordar que los diseñadores mayormente funcionan dentro del sistema de producción, distribución y consumo, cuyos componentes rara vez están bajo su control. Si bien la ética personal es el punto de partida fundamental de la estrategia de acción de cualquier diseñador, muchas veces los diseñadores deben actuar dentro de esferas de poder cuyos parámetros son determinados por otros. Por lo tanto, si bien los valores fundamentales de un diseñador ciertamente podrían incluir una ética profesional, es necesaria una visión crítica que le permita analizar el contexto social y económico en el que trabaja y evaluar los múltiples artefactos materiales e intangibles que constituyen el mundo social. (p.24)

Conclusiones

En este capítulo se han examinado las distintas perspectivas en torno al futuro del diseño gráfico, integrando las opiniones de estudiantes, egresados, profesores y empleadores recabadas en los años 2018 y 2022. A partir de este análisis, se identifican transformaciones notables en las prioridades, enfoques y expectativas de la disciplina a lo largo del tiempo.

En 2018, se hizo hincapié en la resolución de problemas, la adaptación a nuevas tecnologías y la promoción de valores éticos. Los participantes también destacaron la importancia de la relación maestro-alumno, el empoderamiento del estudiante y la necesidad de especialización en áreas específicas del diseño gráfico. Asimismo, se reconoció la influencia del diseño en la sociedad y su papel en la vida cotidiana.

En contraste, en 2022, la visión del diseño gráfico se expandió hacia una formación más integral, que trasciende el uso de herramientas digitales. Se enfatizó la necesidad de resolver problemas, colaborar interdisciplinariamente y realizar investigaciones. La adaptación a tecnologías cambiantes y la retroalimentación en la enseñanza se destacaron como aspectos cruciales. También se ofreció orientación para el desarrollo personal y profesional tanto para maestros como para alumnos.

Estos cambios en las perspectivas reflejan una evolución en la profesión del diseño gráfico hacia un enfoque más completo, centrado en competencias interdisciplinarias, investigaciones y adaptabilidad a las tendencias cambiantes. A pesar de estas diferencias, se mantiene una preocupación constante por la resolución de problemas y la ética profesional.

En resumen, el diseño gráfico es una disciplina dinámica y en permanente transformación, que evoluciona al ritmo de las demandas sociales, culturales y tecnológicas. Los futuros diseñadores gráficos deberán asumir un papel activo como solucionadores de problemas, capaces de trabajar de manera interdisciplinaria y de adaptarse a contextos en constante cambio. Su desempeño deberá sustentarse en una formación integral, en la actualización continua y, sobre todo, en la práctica ética y la responsabilidad profesional como pilares fundamentales de su labor.

Al complementar este análisis con las opiniones de autores consagrados en el ámbito del diseño, se advierte que la complejidad de este reto no reside únicamente en la actualización tecnológica o en la adaptación a nuevos formatos de comunicación. El verdadero desafío radica en comprender la naturaleza de los cambios, para que el diseñador gráfico pueda incidir activa y eficazmente en la construcción de su propia práctica profesional; esto implica reflexionar sobre cómo entiende su profesión, toma decisiones, se informa, discierne y emite juicios de valor que le permitan actuar con pertinencia en cada contexto particular de su ejercicio profesional.

No obstante, esta introspección ha sido realizada generalmente de forma intuitiva por diseñadores y docentes, apoyándose mayormente en las experiencias del ejercicio profesional cotidiano. Como resultado, estos esfuerzos suelen carecer de la profundidad y el enriquecimiento que proporciona el diálogo interdisciplinario con otras áreas del conocimiento, que podrían ser relevantes para entender los problemas que atiende la comunicación gráfica.

Como punto de partida para futuros ejercicios, el diálogo plenario presentado no solo ofrece una visión amplia y reflexiva sobre el estado actual y futuro del diseño gráfico, sino que también resalta la importancia de la interdisciplinariedad. La colaboración con otras áreas del conocimiento se perfila como una vía prometedora para enriquecer la profesión. Este enfoque interdisciplinario podría nutrir la disciplina con perspectivas teóricas, contextuales, históricas, filosóficas y reflexivas, provenientes de campos como la literatura, la semiótica, la ética y la lingüística —entre otras ramas de las humanidades—. A medida que la disciplina del diseño gráfico avanza en el siglo XXI, la fusión de estos diversos campos de conocimiento puede proporcionar una base sólida para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades futuras de la profesión. ●

Referencias

- Bonsiepe, G. (2012). *Diseño y crisis*. Campgràfic Editors.
- Cardoso, R. (2014). *Diseño para un mundo complejo*. Ars Óptika.
- Castañeda, C. (2009). La construcción del discurso en torno a la relación teoría/práctica en el diseño gráfico. *Quadra. Diseño y Comunicación Visual*, 3(1), 33–39.
- Chaves, N. (2001). *El oficio de diseñar*. Gustavo Gili.
- Chaves, N. (2011). La vocación del diseño. *Quadra. Diseño y Comunicación Visual*, 7(1).
- Glaser, M. (2014). *Diseñador/ciudadano. Cuatro lecciones breves (más o menos sobre diseño)*. Gustavo Gili.
- Margolin, V. (2006). El ciudadano diseñador. *Tipográfica: Revista de Diseño*, 73, 24–27.
- Scolari, C. (2022). *La guerra de las plataformas*. Editorial Anagrama.

Monica Georgina Avelar Bribiesca

Doctora en Metodología de la Enseñanza, Maestra en Mercadotecnia y Licenciada en Diseño para la Comunicación Gráfica. Desde el año 2001, es docente en la Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño y Sistema de Universidad Virtual. Es integrante de la Red de Investigación en Diseño y evaluadora externa *Ad honorem* del Instituto de Investigación en Diseño de la Universidad de Palermo. Ha presentado ponencias en España, Colombia, Argentina y Curaçao; además, realiza funciones como par revisor de artículos en la revista *Zincografía* y en *Common Ground Research Networks*. Es integrante del cuerpo académico CA-1196.

Mariana Noemi Campos Barragán

Doctora en Metodología de la Enseñanza, Maestra en Metodología de la Enseñanza y Licenciada en Diseño para la Comunicación Gráfica. Es profesora de asignatura B de la Universidad de Guadalajara, miembro del Sistema Nacional de Investigadores e Investigadoras (SNI) y colaboradora en el cuerpo académico “Estudios interdisciplinarios en la educación superior” UDG CA-1169. Participó en el Diseño de las Unidades de aprendizaje de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica, implementado en el 2019, y de la Licenciatura en Diseño Artes y Tecnologías Interactivas. Ha participado como ponente en congresos nacionales e internacionales. Sus publicaciones incluyen artículos en revistas y capítulos de libros.

Miguel Ángel Casillas López

Maestro en Tecnologías de la Información y Licenciado en Ingeniería en Computación por la Universidad de Guadalajara (udeg). Es profesor de tiempo completo en el Departamento de Técnicas y Construcción de la udeg. En el periodo 2013-2019, fungió como coordinador de Tecnologías para el Aprendizaje del Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño; actualmente, es directivo en la Unidad de Soporte Técnico de la Secretaría General de la udeg. Es experto en la implementación de Tecnologías de Información y Comunicación en ambientes de aprendizaje. Es miembro del cuerpo académico “Estudios interdisciplinarios en la educación superior” CA-1169.

Adrián Antonio Cisneros Hernández

Doctor en Metodología de la Enseñanza por el Instituto Mexicano de Estudios Pedagógicos, Maestro en Diseño y Desarrollo de Nuevos Productos y Licenciado en Diseño para la Comunicación Gráfica por la Universidad de Guadalajara. Es profesor en el Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño (CUAAD) de la Universidad de Guadalajara, pertenece al cuerpo académico “Procesos de Comunicación y Educación Superior” CA-790 y se desempeña como coordinador de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica. Actualmente, es candidato al Sistema Nacional de Investigadores e Investigadoras (SNII).

Verónica Durán Alfaro

Doctora en Metodología de la Enseñanza por el Instituto Mexicano de Estudios Pedagógicos, Maestra en Diseño Gráfico por la Universidad Iberoamericana y Licenciada en Diseño para la Comunicación Gráfica por la Universidad de Guadalajara (udeg). Es profesora de tiempo completo en la udeg. Cuenta con publicaciones y ponencias nacionales e internacionales. Es representante del cuerpo académico “Diseño e identidad desde una visión integradora” UDG-711. Sus líneas de investigación versan sobre el diseño, su didáctica y sus procesos; así como la cultura y la identidad desde una visión integradora. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores e Investigadoras (SNII).

Eduardo Galindo Flores

Doctor en Metodología de la enseñanza por el Instituto Mexicano de Estudios Pedagógicos, Maestro en Diseño y Desarrollo de Nuevos Productos y Licenciado en Diseño para la Comunicación Gráfica por la Universidad de Guadalajara. Es profesor investigador titular A en el Centro Universitario de Arte Arquitectura y Diseño (CUAAD) de la Universidad de Guadalajara y miembro del cuerpo académico “Identificación, representación y grafismo en el diseño” CA-869. Ha colaborado en diversos artículos para libros y revistas. Ha presentado ponencias nacionales e internacionales. Colaboró en el diseño curricular del nuevo Plan de Estudios de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica del CUAAD.

Jorge Alberto González Arce

Doctor en Metodología de la Enseñanza por el Instituto Mexicano de Estudios Pedagógicos (IMEP), Maestro en Arte y Comunicación y Licenciado en Diseño para la Comunicación Gráfica por la Universidad de Guadalajara. Desde hace 27 años, es docente titular del Departamento de Proyectos de Comunicación de la udeg. Cuenta con varias publicaciones nacionales e internacionales.

Mónica González Castañeda

Doctora en Metodología de la Enseñanza por el Instituto Mexicano de Estudios Pedagógicos, Maestra en Diseño Gráfico: Análisis y producción de mensajes por la Universidad Iberoamericana y Licenciada en Diseño para la Comunicación Gráfica por la Universidad de Guadalajara (udeg). Es profesora investigadora en el Centro Universitario de Arte Arquitectura y Diseño (CUAAD) de la udeg, miembro del Comité de Titulación de la Licenciatura en Diseño en Comunicación Gráfica, e integrante del cuerpo académico “Identificación, representación y grafismo en el diseño” CA-869. Se ha desempeñado desde hace 23 años como profesora del Departamento de Proyectos de Comunicación y ha colaborado en publicaciones nacionales e internacionales.

Cynthia Lizette Hurtado Espinosa

Doctora y Maestra en Metodología de la Enseñanza por el Instituto Mexicano de Estudios Pedagógicos y Licenciada en Diseño para la Comunicación Gráfica por la Universidad de Guadalajara (UdeG). Es profesora en el Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño (CUAAD) de la UdeG. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores e Investigadoras (SNII, nivel II), responsable del cuerpo académico “Diseño gráfico y procesos educativos” CA-1196 y de la Red Interna de Investigación sobre Diseño para la Comunicación Gráfica del CUAAD. Ha colaborado con el grupo de investigación enfocado en la desinformación en la era de la información, las redes sociales y su importancia en la realidad postmoderna de la UAM Azcapotzalco y con el grupo de investigación perspectivas de la educación y ética de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos de Perú. Es editora de la revista *Zincografía*.

Noé Gilberto Menchaca de Alba

Doctor en Metodología de la Enseñanza por el IMEP, Maestro en Comunicación y tecnología educativa por el ILCE, Ingeniero Arquitecto por el IPN, Director del CIITIC, Docente desde 1993 en la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica con las asignaturas de Audiovisuales. Ha impartido cursos de formación docente a profesores del CUAAD en Classroom en G Suites for Education. Autor y ponente internacional.

Claudia Mercado Peña

Doctora en Metodología de la Enseñanza por el Instituto Mexicano de Estudios Pedagógicos (IMEP), Maestra en Diseño Gráfico por la Universidad Iberoamericana y Licenciada en Diseño para la Comunicación Gráfica por la Universidad de Guadalajara (UdeG). Es profesora investigadora de tiempo completo en la UdeG, con 23 años de experiencia docente y 26 años de experiencia profesional.

Leonardo Mora Lomelí

Doctor en Humanidades por la Universidad de Guadalajara (udeg), Maestro en Diseño Gráfico por la Universidad Iberoamericana y Licenciado en Diseño para la Comunicación Gráfica por la udeg. Es profesor investigador titular del Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño (CUAAD) de la udeg. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores e Investigadoras (SNII, nivel I) con perfil deseable PRODEP. Ha sido empresario, director de diseño y profesional independiente desde hace tres décadas y docente del CUAAD desde el 2000. Coordina el Laboratorio de Tipografía y Diseño Editorial de la udeg y pertenece al cuerpo académico “Diseño, Innovación y Comunicación” CA-734.

Juan Ernesto Alejandro Olivares Gallo

Doctor en Metodología de la Enseñanza por el Instituto Mexicano de Estudios Pedagógicos (IMEP), Maestro en Desarrollo de Nuevos Productos y Licenciado en Diseño Industrial por la Universidad de Guadalajara. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores e Investigadoras (SNII) con perfil deseable PRODEP e integrante del cuerpo académico “Estudios interdisciplinarios del diseño en la educación superior” CA-1169. Actualmente, es profesor de tiempo completo titular C en la Universidad de Guadalajara, donde imparte asignaturas en la Licenciatura en Diseño Industrial y en la Maestría en Diseño e Innovación Industrial.

Eva Guadalupe Osuna Ruiz

Maestra en Planeación de la Educación Superior por la Universidad de Guadalajara. Actualmente, es doctorante en Gestión de la Educación Superior y profesora en la Universidad de Guadalajara. Cuenta con perfil deseable PRODEP y es miembro del cuerpo académico “Estudios interdisciplinarios del diseño en la educación superior” CA-1169. Imparte las materias de Formación Universitaria y Estructuración del Proyecto Terminal a estudiantes de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica y forma parte del núcleo académico básico en la Maestría en Diseño de Información y Comunicación Digital.

María Eugenia Pérez Cortés

Licenciada en Diseño para la Comunicación Gráfica, Maestra en Comunicación y Tecnología Educativa, Doctorante en Investigación Educativa Aplicada. Sus intereses plásticos están en la caligrafía y sus intereses teóricos en el uso de las Tecnologías de la Comunicación en la educación. Docente universitaria desde 1992 en la Lic. en Diseño para la Comunicación Gráfica en el CUAAD, UdeG. Ponente y autora internacional.

Marcela del Rocío Ramírez Mercado

Doctora en Metodología de la Enseñanza por el Instituto Mexicano de Estudios Pedagógicos, Maestra en Diseño y Desarrollo de Nuevos Productos y Licenciada en Diseño para la Comunicación Gráfica por la Universidad de Guadalajara (udeg). Es profesora de tiempo completo, Titular B, adscrita al Departamento de Proyectos de Comunicación de la udeg. Es candidata al Sistema Nacional de Investigadores, pertenece al cuerpo académico “Diseño gráfico y procesos educativos” CA-1196 y es editora técnica de la revista *Zincografía*. Imparte clases en la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica y en la Maestría en Diseño de Información y Comunicación Digital del Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño. Se especializa en el área del diseño editorial y en metodología de la investigación.

Aurea Santoyo Mercado

Doctora en Metodología de la Enseñanza por el Instituto Mexicano de Estudios Pedagógicos, Maestra en Diseño y Desarrollo de Nuevos Productos y Licenciada en Diseño para la Comunicación Gráfica por la Universidad de Guadalajara (udeg). Es docente de tiempo completo en la udeg, con perfil deseable PRODEP, miembro del Sistema Nacional de Investigadores e Investigadoras (SNI) y responsable del cuerpo académico “Estudios interdisciplinarios del diseño en la educación superior” CA-1169. Participó en el diseño del Plan de Estudios de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica implementado en 2019 y de la Maestría en Diseño de Información y Comunicación Digital.

Marco Polo Vázquez Nuño  

Licenciado en Diseño para la Comunicación Gráfica, Maestro en Animación 3D y Postproducción por la Universidad 3DMX y Doctor en Metodología de la enseñanza. Docente en las licenciaturas: Diseño para la Comunicación Gráfica; y Diseño, Arte y Tecnologías Interactivas. Colaborador en el cuerpo académico “Estudios interdisciplinarios en la educación superior” UDG CA-1169, autor y ponente internacional.

Qartuppi, S. de R. L. de C. V. está inscrita de forma definitiva en el Registro Nacional de Instituciones y Empresas Científicas y Tecnológicas (RENIECYT) con el número 1600052; y es miembro activo de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM) con número de registro 3751.

Los diseñadores gráficos de cara al futuro

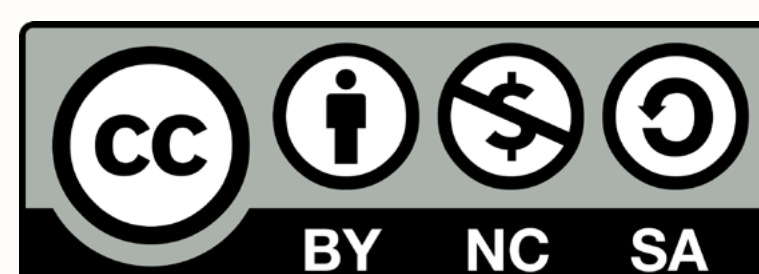
Esta obra se terminó de producir en noviembre de 2025.

Su edición y diseño estuvieron a cargo de:

Qartuppi[®]

Qartuppi, S. de R.L. de C.V.

<https://qartuppi.com>



Esta obra es de acceso abierto y puede ser leída, descargada y compartida libremente, bajo los términos de la Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-Compartir Igual 4.0 Internacional.

Los diseñadores gráficos de cara al futuro es una obra colectiva que da voz a estudiantes, egresados, empleadores y docentes para reflexionar en torno al presente y futuro del diseño para la comunicación gráfica desde una perspectiva crítica y situada. A través de los foros *De cara al futuro* (2018 y 2022), se identifican tensiones, aspiraciones y oportunidades en la formación, práctica y proyección del diseño gráfico. El texto propone un diálogo profundo entre el diseño, la cultura, la política, la economía y la tecnología, posicionando al diseñador como un agente transformador del entorno social. Una lectura indispensable para quienes creen que el diseño también se piensa, se discute y se transforma desde lo colectivo. •

Qartuppi®

ISBN 978-607-8694-73-0
DOI 10.29410/QTP.25.14

