

## **La repercusión de la era digital en la imagen del diseño y el diseño de la imagen.**

**Ricardo Gómez Rubio – Marco Aquiles Chávez Lecuanda**

Profesor Docente e Investigador Titular “B” de tiempo completo con 22 años de antigüedad y Profesor Docente e Investigador Asociado “C” de tiempo completo con 15 años de antigüedad, miembro del cuerpo académico UdeG-CA-803. Cuentan con Reconocimiento de Perfil Prodep. Catedráticos de la Universidad de Guadalajara, Guadalajara, Jalisco; México.  
[ricardostaudg@yahoo.com.mx](mailto:ricardostaudg@yahoo.com.mx) - [marcoaquiles@gmail.com](mailto:marcoaquiles@gmail.com)

### **Resumen**

Es de suma importancia actuar en un momento de crisis de la profesión del diseño ante la estrepitosa deformación de la imagen del diseño que se ha generado en el imaginario colectivo, nuestro objetivo, lograr un espacio de reflexión y análisis que permita desde cualquier trinchera la dignificación y profesionalización del diseño de la imagen.

Es indiscutible que el increíble avance de la tecnología, de los últimos años, la alta polución de programas y aplicaciones con gran cantidad de filtros para realizar efectos espectaculares y la gran variedad de fuentes tipográficas e imágenes fotográficas al alcance de todos los usuarios, la extraordinaria cantidad de información en la red que describe formulas y recetas fáciles para lograr diseños impactantes en tres, cinco o diez pasos, emitidas por diseñadores, estrategias, agencias y personas comunes, para lograr vender sus servicios, la producción de millones de video tutoriales con supuestos cursos de diseño y apoyos autodidactas, son algunas de las razones por las que cualquiera puede ser diseñador exprés.

Así mismo las políticas educativas forzadas por un paupérrimo presupuesto destinado a la educación, que tienden a una importantísima reducción de horas de formación académica, el desinterés de los estudiantes y miembros de esta generación “Y” o denominados “Millennials” en tareas que no provean una experiencia digital de resultados simples y casi milagrosos, el pobre fomento por la lectura de los elementos teóricos de la disciplina, y una planta docente atiborrada de estudiantes, insuficiente para atender de manera adecuada los cuidados en el oficio del diseño, entre otras, la desmedida preocupación de las instituciones por aumentar la eficiencia y la eficacia, el lograr mayores índices de eficiencia terminal, incentivando la reducción de reprobación de los estudiantes con ello la exigencia de la calidad y el aumento de la oferta de modalidades de titulación para otorgar el grado, todos ellos elementos importantes sin duda responsables de la pérdida de la credibilidad y el deterioro de la imagen del diseño, por las débiles habilidades de los miles de egresados.

La exacerbada exigencia de resultados inmediatos a bajo costo impuesta por las demandas de la libre economía de mercado globalizada alcanzadas por la facilidad e inmediatez de los resultados derivado de los cambios en los sistemas productivos de impresión digital, han generado una alarmante devaluación del conocimiento, demandando una exorbitante cantidad de profesionales técnicos para operar los programas y en muchos de los casos entregar el diseño gratis en la adquisición de los productos gráficos de bajo volumen y alta calidad.

Los que participamos en los procesos de diseño de la imagen, debemos de actuar para recuperar la imagen del diseño entre otros objetivos evitando el desperdicio económico y el fracaso de las empresas emergentes derivado de falsas estrategias en el diseño de la imagen.

### **Palabras clave**

Diseño, Imagen, Profesionalización, Defensa, Mejorar, Era digital, Millennials, Educación.

## Texto

### Introducción:

Indudable es que en nuestros días el término “diseño” pulula como sinónimo de pieza clave de desarrollo en casi todos los escenarios; de este apasionante tema, para los que compartimos esta profesión, hablaremos en las siguientes líneas, de manera particular nos ocuparemos solo de un escenario en el que el diseño es participe y entendido al menos en el imaginario como fórmula de éxito, el universo del diseño gráfico.

Quizás pudiéramos partir de la indefinición que tiene tanto como oficio y disciplina, para comenzar a comprender porque hasta el momento no logra desplegar todos sus probables potenciales como factor de apoyo en la comunicación de las empresas e instituciones con los usuarios consumidores, al menos en esta nuestra América Latina.

No obstante que el crecimiento económico es el motor que impulsa todo desarrollo social y sin embargo su importancia trataremos de dejar este hecho a un lado para el presente estudio.

Para saber a donde vamos primero debemos conocer de donde venimos, tomando como fundamento este postulado hagamos solo un poco de historia y veamos como surge el diseño gráfico en este majestuoso territorio.

Aunque no podemos establecer una fecha en particular para el surgimiento del diseño en América Latina ya que en cada país ha ocurrido en diferentes momentos, <sup>(1)</sup> en cualquiera de los casos podemos citar como motor para el desarrollo de la profesión la apertura económica y la industrialización que practicaron distintos gobiernos como medio de fortalecimiento, así mismo la llegada de europeos a diversos países de nuestra América en el periodo de postguerra facilitó el desarrollo de la profesión en diferentes latitudes de nuestro continente, en México de manera particular la justa olímpica que tuvo lugar en el año de 1968 impulsó el desarrollo de la profesión y produjo al primer egresado de esta profesión en 1974. <sup>(2)</sup>

En principio el diseño gráfico de manera particular en Guadalajara fue desarrollado por los arquitectos y diseñadores industriales, el interés por abrirse camino en esta naciente profesión impulsó a los diseñadores a sumarse en la búsqueda de toda información que los vinculará con las grandes escuelas y pensadores del diseño en el territorio nacional, Europa y los Estados Unidos de Norteamérica, razones por las que la cultura en torno al tema fuera alta. Fue hasta el año de 1991 que la Universidad de Guadalajara aprobó en el consejo General Universitario la apertura de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Gráfica, logrando su primer titulado en el año de 1995. Para esos momentos el desarrollo tecnológico todavía bastante limitado provocaba que la labor de los diseñadores dependiera sobre todo de las habilidades y destrezas en el oficio, por lo que la praxis era de orden supremo.

La acelerada industrialización, tecnificación y despliegue de las tecnologías hacia finales de la década de los 90 y principios del 2000, marcó los albores de la economía de libre mercado, la aparición de las primeras computadoras y los primeros programas liberaron las ataduras que años atrás limitaban el ejercicio del diseño, junto con ello se aparejo la aparición de cientos de escuelas e institutos que invitaban a formarse en el manejo de los nuevos softwares especializados para la edición y el diseño, permitiendo el desarrollo de los primeros técnicos en diseño digital, calificando como tal a todo el público que aprobara el curso denominado “diseño gráfico por computadora” incluyéndolos en esta disciplina sin contar con los fundamentos y conocimientos teóricos con los que fueran formados los egresados de un programa de licenciatura.

### **Del papel a la pantalla.**

*“La transformación del ejercicio profesional del Diseño Gráfico.”*

El avance tecnológico en los sistemas de reproducción alcanzados por la empresa Xerox primordialmente quien logro la introducción de la familia de impresoras denominadas docucolor, hizo posible la reproducción de impresiones a baja escala con alta calidad en los acabados, sobre soportes que tradicionalmente eran de uso exclusivo en maquinas para impresión offset, por lo que un sin fin de micro, pequeñas y medianas empresas en su gran mayoría, comenzaron a ver en estas formas de impresión una mejora sustantiva en la imagen y calidad de presentación de sus productos para la comercialización, por ende los burós de servicios no estaban realmente preparados para el boom generado por estos equipos, todos comenzaron a promover el “diseño gratis” en la compra del producto impreso, desde unos volantes o flyers, tarjetas o lonas, además los programas contaban ya con un mayor número de filtros y herramientas para la edición, con lo que generaron espectaculares imágenes saturadas por el abuso de los filtros, que los inexpertos clientes tomaban sin titubear asombrados por las maravillas que una mano diestra lograba, poco a poco fue insuficiente el número de técnicos en diseño digital, la popularización de la paquetería de los softwares y procesadores de texto permitió a los empresarios explorar su faceta creativa comenzando a elaborar sus propios diseños, el uso del Power point, el Publisher y el Word comenzaron a saturar los espacios de impresión, la falta de compatibilidad de estos programas con los equipos de impresión de alguna manera forzó la entrada de los diseñadores a estos espacios.

Comenzó la contratación de estudiantes de la licenciatura por lo regular de los primeros semestres en un empleo de tiempo parcial o de medio tiempo, los límites para entregar los encargos terminados oscilaban entre dos a cinco horas, contando en este tiempo el desarrollo creativo y la reproducción de los materiales, las solicitudes de los clientes incluían desde el ahora conocido Naming (desarrollo del nombre de la empresa), el desarrollo del identificador, hasta la identidad completa, entendiendo esta como el desarrollo de aplicaciones del identificador en artículos de papelería y productos promocionales. Reforzando así la trivialización de la profesión y los procesos creativos, por la ridícula estructura y soporte de las propuestas dejando de manifiesto el poco o nulo entendimiento

de lo que realmente subyace entorno a estos temas, no solo de los solicitantes sino también de los trabajadores o futuros diseñadores.

*“El siguiente ejemplo, típico de la gestión deficitaria, puede considerarse como el estadísticamente predominante: tras advertir que la marca gráfica ha envejecido y ya no identifica a la empresa correctamente, esta decide cambiarla o mejorarla y, sin más trámite, le encarga a un diseñador que "modernice el logo". Detrás de este "criterio" se halla una concepción superficial de los signos identificadores que sobredimensiona su aleatoriedad y, por lo tanto, espera la solución de la pura imaginación o del libre ejercicio exploratorio del diseñador. La primera cuota de este error se paga el día de presentación de los bocetos: la empresa carece de criterios objetivos para evaluar las propuestas del diseñador y la discusión se desliza inevitablemente hacia el terreno del gusto personal o de la intuición”.<sup>(3)</sup>*

Esta situación es una constante y lamentablemente solo deja en claro la falta de habilidades, conocimientos y solidez en la formación del diseñador, así mismo la existencia de los prejuicios como “le tiene que gustar al cliente” y “el cliente siempre tiene la razón” o “el cliente es el que paga”, además del temor a perder el recurso económico que deriva de tomar el trabajo, con lo que se refuerza la falsa y deforme idea de la actividad, debilitando la escasa credibilidad sobre el ejercicio profesional.

Casi a la par de esta demanda explosiva una profunda transformación de la incipiente disciplina del diseño gráfico se produjo en el momento en que la World Wide Web y la computadora personal se apoderaron del mercado, los primeros años de la década del 2000,<sup>(4)</sup> gran parte de la población comenzó a tener en su oficina o en casa la sorprendente herramienta acompañada del maravilloso artefacto que revolucionó todo en nuestra sociedad, el comportamiento de las personas se centró en el uso de esta tecnología abriendo de lleno la puerta al mundo digital.

El diseñador ávido por integrarse en este universo digital, se olvidó rápidamente del boceto, la investigación y la construcción de un proyecto de comunicación, ignorando en principio las bases que le dieron sentido a su profesión, el mercado había cambiado y continuaban avasallados por los técnicos en el área de diseño digital, gestándose una nueva deformación de la profesión con una competencia desleal que sin duda era posible por la incipiente formación tecnológica que se otorgaba a los estudiantes de esta profesión a nivel licenciatura, así los trabajos comenzaron a llegar a los técnicos en diseño por la ventaja en el dominio del programa para la autoedición.

Surge con este desarrollo una de las especialidades del diseño más importantes en nuestros días el diseño web o “Web Design”, con el crecimiento desmedido de la internet rápidamente el interés de las empresas dio inicio entre otros al llamado comercio electrónico, el apogeo de la internet urgía la creación de páginas y sitios web, la comunicación apuntaba hacia un nuevo rumbo y la producción gráfica parecía que tenía frente a sí nuevos

horizontes, aunque en sus inicios era una realidad compleja, pues los ingenieros en sistemas, programación e informática tuvieron muchas dificultades para lograr interpretar las propuestas que el diseñador les entregaba para transferirlas al nuevo lenguaje, por el aún incipiente desarrollo de las conexiones a internet, el avance de los paquetes de protocolos, los navegadores y los softwares especializados por lo que la interfaz gráfica se tornaba limitada y compleja.

No paso mucho tiempo para que los nuevos sistemas permitieran un avance significativo, nuevas conexiones a internet de banda ancha a través de la fibra óptica (FTTH) los navegadores más eficientes y los nuevos softwares que generaran el código de programación necesario para estructurar una página o sitio web, permitiendo la integración de gráficos más elaborados y sobre todo haciendo el trabajo más sencillo, con ello comenzó la aparición de empresas en la red que pusieron a disposición de los usuarios de manera gratuita el uso de plantillas, para que en solo unos minutos el interesado contara con su página web en perfecto funcionamiento, solo tenía que insertar su logo, algunas imágenes y textos que en cualquier circunstancia podían proveer los otorgantes de las mismas plantillas, para dar el toque final a la “lustrosa identidad corporativa web”.

El número de empresas que solicitaba sus servicios trivializaba cada vez más su labor, pues si el empresario lograba poner en funcionamiento una página web en solo unos minutos, entonces el logo o cualquier otro elemento que necesitara debía de resultar igual de sencillo, por lo que el diseñador fue menospreciado.

Cabe hacer aquí una reflexión, acerca de la profesión, la falta de comprensión o desvirtualización de la misma, cuando tenemos como proyecto el desarrollo de una identidad corporativa, ¿Podemos realmente concebir el uso de plantillas, para los sitios web? , ¿Donde comienza la configuración de la identidad como discurso gráfico?, ¿Y que con este concepto de la usabilidad y tantos otros en torno al discurso de identidad?, ¿Podríamos considerar esta una deformación del quehacer profesional?

Quisiéramos dejar aquí este planteamiento para que establezcan sus propias consideraciones y puntos de vista.

No obstante todo lo anterior habrá que reconocer que gracias a ello la profesión fue conocida más ampliamente aunque bajo una visión deforme, a partir de esto el diseñador comienza a ser necesario y solicitado con mayor frecuencia en diversos espacios, agencias de publicidad, despachos de diseño, empresas especializadas en pre prensa, así como en los ya señalados buros de servicio con sistemas digitales de impresión en pequeño y gran formato, entre otros, pero con un gran inconveniente, una cantidad importante de egresados en busca de oportunidades para desempeñar su profesión desequilibra la balanza entre la oferta y la demanda, por lo que en verdad eran contratados más diseñadores pero con un salario muy distante de un salario profesional, por ende los espacios de trabajo se caracterizan por tener una alta rotación, y las fuentes de empleo se ubican principalmente en

puestos operativos, aunque pareciera muy desalentador el nuevo escenario, en esta ocasión a diferencia de años atrás vemos un aumento en la preferencia de los diseñadores destacando como personas con capacidades específicas que soportan un desarrollo constante de ideas y mayor calidad en la construcción de los productos demandados por las cambiantes exigencias del mercado. Aunque continua esta falsa idea del diseño exprés a bajo costo, sin fundamentos, sin apuntar realmente al desarrollo de programas de identidad corporativa o gestión del diseño y comunicación.

Este ideario se replica cada vez más en las nuevas generaciones de diseñadores, quizás por la falta de lectura, la cantidad extraordinaria de información en la internet con las formulas secretas, los video tutoriales y cursos sobre diseño digital, acuñando hasta el termino o frase publicitaria “Conviértete en Dios del Diseño Digital” en 310 (trescientos diez) horas, son solo un ejemplo de la facilidad y fragilidad con la que se deforma totalmente la imagen del diseño terminando con la seriedad y responsabilidad que esto conlleva.

Ahora bien los nuevos desarrollos 4G en la telefonía celular con capacidades multimedia y su respectiva masificación entre los años 2010 y 2011<sup>(5)</sup> y la aparición de la “Tablet” o tabletas digitales, entre otros dispositivos móviles ponen en marcha una línea más de desarrollo para los profesionales del diseño de la imagen, surgiendo el denominado en algunos casos el “Smart design” o “Responsive web design”<sup>(6)</sup>, la nueva industria editorial con los “ebooks”, además del impulso a la innovación y el diseño incentivado por los gobiernos es el punto de partida para el desarrollo de las denominadas empresas “Startups”<sup>(7)</sup>, o dicho de otra forma empresas cuyo desarrollo se basa principalmente en el uso de las tecnologías, mediante múltiples aplicaciones o “Apps” formuladas para estos dispositivos que transformaron de nuevo los hábitos de los consumidores.

Gracias a todos estos avances el campo para el desarrollo de los profesionales de la comunicación gráfica se volvió más amplio, por el aumento de emprendimientos en la web y el comercio electrónico con todo lo que ello implica, mayor demanda de diversos productos como identidades gráficas corporativas, identificadores gráficos o signos distintivos (marcas), campañas para redes sociales, aplicaciones, sitios web, interfaces gráficas, animaciones, envases, empaques, entre otros, aun cuando estas se soliciten bajo la deteriorada imagen del diseño. De hecho para las cuales se han comenzado a desarrollar nuevos conceptos como el “Fast branding”, para referirse a los esfuerzos de diseño de imagen para las nuevas “startups”, como si existiera la posibilidad de hacer diseños rápidos o lentos y acuñar un termino contrario como “Slow design”.

Este enorme desarrollo tecnológico, la masificación de los dispositivos con cámaras fotográficas de alta resolución con un sin fin de aplicaciones para tratamientos y edición de las imágenes, permite una gran degeneración de la actividad, la consolidación de las redes sociales con una herramienta que pareciera trivial permitió a las personas explorar y explotar su capacidad creativa y las ha calificado como grandes diseñadores, sí,

nos referimos al uso del “like”, que funciona como gran jurado de lo que hoy es creativo, viral y trendy, con lo que las empresas ganan notoriedad, a muy bajo costo.

### **La formación del diseñador.**

*“Urgente necesidad, definir y orientar el perfil profesional frente a la globalización digital.”*

Es innegable la transformación y deformación que ha sufrido nuestra actividad profesional en los últimos años, impuesta en gran medida por el acelerado desarrollo tecnológico, pero lo más preocupante es que todavía hoy seguimos con una clara indefinición de la disciplina de sus alcances y sus responsabilidades, por ello es urgente que los propios diseñadores determinen y redefinan los conocimientos mínimos necesarios para que alguien pueda ejercer la disciplina.

Además de lo anterior es importante y necesario reflexionar sobre como podemos romper los mitos, creencias y paradigmas que existen de la actividad, como la falsa idea que “diseñar es muy sencillo”, este supuesto derivado del uso generalizado de las nuevas aplicaciones o softwares con los que se proveen tratamientos a la imagen en un “click”, o este otro “al fin y al cabo hacer algo bonito no es tan complicado” basado en los “Me gusta” que logro en unas horas en las redes sociales, uno más, “Porque tan caro, si no más hiciste dibujitos y le cambiaste el tipo de letra”, o “Me quieres cobrar tanto por eso, yo lo puedo hacer en cinco minutos”, estos y tantos otros que podríamos citar.

Luego creemos que es necesario investigar y determinar cuales son los motivos que impiden el franco acercamiento de las empresas a estos profesionales, la falta de cultura empresarial o una realidad económica que no les permite acceder a programas de diseño, esto para construir las estrategias necesarias y comunicar de manera clara los alcances, metas u objetivos que este especialista de la comunicación puede lograr para transformar la realidad económica en su beneficio. Además derivado de la extraordinaria información que existe en la red sin que implique responsabilidad alguna por ser un espacio de libre expresión, pero tomando como ejemplo lo que la industria cinematográfica o la industria disquera han logrado, basados en los derechos de autor, podemos replicar esfuerzos para controlar lo que sucede en la red como deformante de la profesión.

Una vez que se logre tal definición y se concluyan las estrategias que permitan a nuestras micro, pequeñas, medianas y grandes empresas acceder a programas completos de diseño de imagen y su constante gestión, el trabajo restante tanto para los diseñadores, colegios de profesionales de las asociaciones y agrupaciones en conjunto con los órganos de gobierno respectivos será lograr la legislación necesaria para regular el ejercicio de manera responsable y en un símil a la propiedad intelectual y denominación de origen regular a que se le puede denominar diseño gráfico o comunicación gráfica.

Por último, no es posible que la autoridad extienda licencias o cédulas profesionales para reconocer un grado de estudios como si se tratara solo de un certificado de estudios, al igual que cualquier otra profesión, derecho, medicina, química, urbanismo, arquitectura, ingenierías, entre tantas otras, debemos lograr que sea un requisito que toda empresa cuente con un responsable en comunicación, que tenga como soporte una cédula o registro federal.

### **El papel del estado, la universidad y el docente en la formación del profesional del diseño**

*“Formador, informador y transformador.”*

Es indiscutible la gran responsabilidad y el compromiso que tiene el estado de garantizar un sano desarrollo social, responsabilidad transferida de alguna forma a las universidades como generadoras del conocimiento y transformadoras de la sociedad, siendo estas las responsables del aumento en la calidad educativa.<sup>(8)</sup>

En nuestros días construir un perfil de egreso adecuado a las necesidades del mercado es una de las tareas pendientes de las instituciones de educación superior, en este tenor falta reforzar el apoyo para la capacitación, actualización y especialización de la planta docente, la consolidación de laboratorios, centros e institutos de investigación, incentivar el desarrollo para la generación del conocimiento y las investigaciones. Procurar la gestión de proyectos de investigación de tres hélices mediante la formulación de convenios y alianzas con el estado, las instituciones y la iniciativa privada. Pero es difícil pensar en fortalecer todos estos aspectos cuando se lucha por defender el presupuesto asignado.<sup>(9)</sup>

El presupuesto otorgado en materia de educación es en muchas latitudes de nuestra América Latina es paupérrimo, en el caso específico de México este llega a representar apenas el 6.2% del producto interno bruto, mientras que debería ser al menos del 8%, de acuerdo a las recomendaciones de la OCDE,<sup>(10)</sup> cabe señalar que este porcentaje representa la inversión total en educación desde primaria a terciaria, ahora bien si analizamos el gasto por alumno en educación superior en promedio, el país destina 7 mil 889 dólares anuales por estudiante universitario; y en Estados Unidos asignan 26 mil 61 dólares, de esta manera observamos una diferencia significativa en apoyo a la educación superior.<sup>(11)</sup>

Por otra parte los miembros de la comunidad docente enfrentamos grandes retos, por una parte, los desafíos crecen y hacen necesaria la generación y adopción de nuevos conocimientos a una velocidad cada vez mayor, por otra, tenemos que lograr motivar e incentivar a los futuros profesionistas, fomentar la lectura, y acelerar los procesos de aprendizaje significativo lo que cada vez es más complejo, ya que se reducen las cargas horarias y las nuevas generaciones presentan un desinterés en desarrollar tareas que no ofrezcan una experiencia digital, nos encontramos ante una cultura del menor esfuerzo, por lo que son muchos los casos en los que se advierte una falta de sustento teórico en las propuestas generadas, lo que pone en riesgo la credibilidad de los productos generados.



### **A manera de conclusión:**

Las repercusiones en el desarrollo profesional para el diseño de imagen impuestas por los extraordinarios avances tecnológicos en esta era digital son muchas, por lo que debemos prepararnos para afrontar las nuevas dinámicas del mercado en el desarrollo de la profesión.

Es momento para que busquemos consolidar las habilidades y conocimientos que soporten la calidad profesional del diseñador, promoviendo la actualización y certificación de los profesionales, apoyando la construcción de programas educativos de calidad, fomentando la actualización y especialización de los docentes, consolidando así las sociedades y economías del conocimiento.

Es necesario redefinir y clarificar, el ámbito y el alcance de la profesión, lograr la construcción de estrategias para una efectiva vinculación empresa – profesional, que ponga de manifiesto el valor del diseño estratégico en beneficio de su desarrollo. Aumentar y fortalecer las asociaciones de profesionales del diseño y la comunicación, contribuyendo entre otras al reconocimiento de la profesión y el logro de una legislación pertinente.

En definitiva la era digital amplía los horizontes para los que participamos y vivimos del diseño de la imagen y la comunicación, pero la puesta en marcha de licenciaturas en Diseño Multimedia como respuesta a las demandas del nuevo mercado, sin lugar a dudas desencadenara una perdida sustantiva de oportunidades para los involucrados en la actividad profesional de diseño de la imagen de no lograr una pronta transformación.

Sí se busca un verdadero desarrollo que eleve la imagen del diseño y genere oportunidades para todo el gremio es de suma importancia que en el modelo conocido como triple hélice, gobierno – industria – universidad, los dos primeros actores realmente tomen la responsabilidad que les corresponde y se deje de exigir a las instituciones educativas que desde su espacio den solución a las obligaciones que ellos evaden de manera sistemática.

### **Título e Información de Autor**

Centre el título en todo el ancho de la página en letra a 16 puntos, en negrita. Debajo, centre el nombre del autor o los autores en letra a 12 puntos en negrita, y después centre el currículo académico o trayectoria profesional de cada ponente, la dirección o direcciones en letra regular a 9 puntos. Los créditos adjudicados a una agencia de apoyo pueden incluirse en la sección de Reconocimientos, que se describe más adelante.

Ilustraciones a 300 dpi TIFF ó PNG

Deben estar ubicadas entre el documento, junto al texto que ilustran, preferiblemente en la parte superior o inferior de la página. Deje 0.6 cm entre imágenes en los márgenes superiores, inferiores a derecha e izquierda.

Figura 1. Este es un ejemplo de reseña para una figura. Note que todas las figuras y tablas deben ser referenciadas en el texto.  
©Respete los derechos de autor.

### Notas al Pie

De ser necesarias, ubique las notas al pie en la parte inferior de la página, a 9 puntos. Referéncielas con números de superíndice.<sup>1</sup> Sepárelas del resto del texto con una pequeña línea horizontal.

### Citas y Extractos

De ser necesarias, sangre citas extensas y extractos a 10 puntos de la margen izquierda.

### Referencias

- (1) Fernández S., Bonsiepe G. (2008) “Historia del Diseño en América Latina y el Caribe” Ed. Blücher
- (2) Kloss, Gerardo. (2006) “Algunos apuntes históricos sobre las escuelas de diseño”. <http://encuadre.org/algunos-apuntes-historicos-sobre-las-escuelas-de-diseño/>
- (3) Chaves, Norberto. Bellucia, Raúl. (2003) La marca corporativa. Ed. Paidós
- (4) Rubio Moraga, Ángel L. “Historia e internet: Aproximación al futuro de la labor investigadora”  
<http://pendientedemigracion.ucm.es/info/hcs/angel/articulos.html>
- (5) Cerdeño, Esther. (2013) “Evolución y revolución en la telefonía”. Trébol 65 [http://www.digibis.com/digibib-demo/es/catalogo\\_imagenes/grupo.cmd?path=10000800](http://www.digibis.com/digibib-demo/es/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=10000800)
- (6) Labrada Martínez, Esther. Salgado Ceballos, Cristina. (2013) “Diseño Web Adaptativo o responsivo”.  
<http://www.revista.unam.mx/vol.14/num1/art07/art07.pdf>
- (7) OCDE (2013) “Startup América Latina: Promoviendo la innovación en la región”  
[http://www.oecd.org/dev/americas/SP\\_complete%20Start%20Up%20Latin%20America%20Spanish%20edition.pdf](http://www.oecd.org/dev/americas/SP_complete%20Start%20Up%20Latin%20America%20Spanish%20edition.pdf)
- (8) Peña Nieto, E. PND 2013-2018. (2013) Gobierno de la república. Estados Unidos Mexicanos. <http://pnd.gob.mx/wp-content/uploads/2013/05/PND.pdf>
- (9) Aguiar, Barajas, F. (2015) “Espera UdeG salvar su Presupuesto 2016”. El Occidental  
<http://www.oem.com.mx/eloccidental/notas/n3887839.htm>
- (10) Salgado Vega M. del C. , Alcántara Gómez P. (2015) El presupuesto de egresos de la federación 2015 y el gasto en educación. Cuantitativa, Revista de Economía Actual, Año 8, Núm. 1, Universidad de Colima.  
[http://www.uaemex.mx/feconomia/Publicaciones/e801/EA\\_ENE\\_MAR44.pdf](http://www.uaemex.mx/feconomia/Publicaciones/e801/EA_ENE_MAR44.pdf)
- (11) Rodríguez, Juan Carlos (21/12/2014). “Educación superior, la eficiencia del gasto: baja en México el gasto por alumno”. Excelsior <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2014/12/21/998847>

---

<sup>1</sup> Así luce una nota al pie. Procure evitarlas tanto como sea posible.

## Bibliografía

- Bonsiepe, G. (1990) "Perspectivas del diseño industrial y gráfico en América Latina". Elisava TdD 04. ELISAVA Escola Superior de Disseny <http://tdd.elisava.net/coleccion/4/bonsiepe-es>
- Bellei, Cristián © UNESCO (2013) "Situación Educativa de América Latina y el Caribe: Hacia la educación de calidad para todos al 2015" OREALC/UNESCO Santiago
- Cañedo, Ana Paula. Meza, Mariana. (2014) "Competencias profesionales 2014. ¿Qué buscan -y no encuentran- las empresas en los profesionistas jóvenes?". CIDAC/USAID. <http://www.cidac.org>
- García Melgarejo, Martha Aideé. (2008). "El desorden y el caos visual como constante en el Diseño Gráfico y su enseñanza: ¿culpa de la tecnología?" Revista del Centro de Investigación. Universidad La Salle, vol. 8, núm. 29, enero-junio, 2008, pp. 39-46 Universidad La Salle Distrito Federal, México. <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34282905>> ISSN 1405-6690
- Gayosso, Blanca. (2003) "Cómo se Conectó México a Internet". Revista digital universitaria, agosto de 2003. Vol, 4 N°, 4 [http://www.revista.unam.mx/vol.4/num4/art7/ago\\_art7.pdf](http://www.revista.unam.mx/vol.4/num4/art7/ago_art7.pdf)
- Gascó, Mila. (2001) "América Latina ante la nueva economía". Revista Instituciones y Desarrollo No 8 y 9. Institut Internacional de Governabilitat de Catalunya
- Proenza, Francisco J. (2012) "Tecnología y cambio social: El impacto del acceso público a las computadoras e internet en Argentina, Chile y Perú. Lima", IDRC-CRDI, IEP, 2012. (América Problema, 35) [http://www.upf.edu/amymahan/es/publicacion/IDRC\\_completa.pdf](http://www.upf.edu/amymahan/es/publicacion/IDRC_completa.pdf)
- Rodríguez Oróstegui, F. (2007) Informe sobre la educación superior en América Latina y el Caribe 2000-2005. La metamorfosis de la educación superior. Instituto Internacional de la UNESCO para la Educación Superior en América Latina y el Caribe (IESALC) pdf [www.iesalc.unesco.org.ve](http://www.iesalc.unesco.org.ve)

## Biografía(s) de el(los) Autor(es)

Ricardo Gómez Rubio. Maestro en Desarrollo de Productos por la Universidad de Guadalajara, profesor Docente e investigador titular "B" de Tiempo Completo. Cuenta con el Reconocimiento de Perfil Prodep, con 22 años de antigüedad, imparte las cátedras de Tesis II y Taller de Diseño I: Marca y Tipografía, entre otras. Autor de diversos artículos como miembro del UdeG-CA-13 (2012) y colaborador del UdeG-CA-803.

Marco Aquiles Chávez Lecuanda. Maestro en Desarrollo de Productos por la Universidad de Guadalajara, Profesor Docente e Investigador Asociado "C". Cuenta con el Reconocimiento de Perfil Prodep, con 15 años de antigüedad, imparte las cátedras de Taller de Diseño II: Cartel y Tesis I, entre otras. Autor de diversos artículos como miembro del UdeG-CA-803.

## Reconocimientos

La preparación de estas instrucciones y archivos de Word ha sido facilitada haciendo uso de documentos similares para aplicación a ISEA, Balance-Unbalance y el Festival Internacional de la Imagen.

## Proceso de Revisión

Los documentos serán revisados por un comité académico. Usted se encuentra en libertad de incluir su nombre, afiliaciones y citar sus documentos de manera natural, así como de firmar como anónimo, si así lo desea.

Dudas y preguntas: [foro@festivaldelaimagen.com](mailto:foro@festivaldelaimagen.com)