

PRÁCTICUM: *renovando el* TALLER DE DISEÑO

DESDE LA PRÁCTICA PROFESIONAL

Practicum: reinventing the design studio from real professional experience

RICARDO LÓPEZ-LEÓN*

Fecha de recibido:
14 Junio 2021
Fecha de aceptado:
13 Marzo 2022

* Universidad Autónoma
de Aguascalientes,
México.
rico.uaa@gmail.com

RESUMEN. El presente artículo muestra los resultados de investigación que pretendió conocer el proceso de diseño gráfico en la práctica profesional. Lo anterior responde a la necesidad de replicar problemas reales en la formación universitaria en diseño gráfico. Dado que se privilegia la educación basada en proyectos, es importante que estos reflejen la realidad profesional a la que como profesionales se han de enfrentar, perspectiva que se aborda desde el prácticum, como lo propuso Donald Schön. Por lo tanto, a partir de la experiencia de líderes de equipos de diseño se identificaron aquellos elementos que deberían formar parte del prácticum, para que la simulación de problemas reales sea más adecuada y el desarrollo de habilidades y adquisición de conocimiento tácito sea promovido al interior de las aulas. Se eligió la entrevista como método cualitativo de acercamiento a líderes de organizaciones con características distintas que se dedican a actividades diferentes de las áreas del diseño gráfico. Como resultado se logró reconocer que el proceso de diseño se llevará a cabo en siete etapas, y que la interacción con el cliente es uno de los aspectos esenciales. Asimismo, se identificaron cuatro elementos clave de la práctica: la entrevista con cliente, la construcción del *brief*, el trabajo colaborativo y la presentación pública; mismos que deberían ser integrados en la planeación de proyectos estudiantiles de diseño gráfico para llevar a cabo un prácticum que simule de manera más cercana la actividad profesional.

Palabras clave: diseño gráfico, educación, prácticum, práctica profesional, taller de diseño.

ABSTRACT. This paper presents the results of research that aimed to know the graphic design process in professional practice. The former, responds to the need to replicate real problems in graphic design college education. Since project-based learning is a privileged approach, these projects must reflect the professional reality to which graphic designers will confront as professionals, a perspective that was taken from the practicum as proposed by Donald Schön. Thus, departing from the experience of design-team leaders, key elements were identified that should be part of the practicum, so that the simulation of real problems is fitter, promoting the development of skills and the acquisition of tacit knowledge inside the classroom. The qualitative interview was the preferred method to approach leaders working in organizations of different characteristics that perform diverse graphic design activities. Results show that the design process consists of seven stages, and that interacting with the client is one of the essential aspects. Moreover, four key elements of the practice were identified: the interview with the client, constructing the brief, collaborative work, and public presentation. These elements should be integrated while planning student-projects for graphic design so that a closer simulation of professional activities could be enabled via the practicum.

Key words: design studio, education, graphic design, practicum, professional practice.

E

L TALLER DE DISEÑO

Las disciplinas del diseño basan gran parte de su formación en actividades prácticas al interior de las aulas. Cuando una asignatura cuenta con una mayor cantidad de horas prácticas asignadas, generalmente implica que los estudiantes desarrollen proyectos dispuestos por el docente, quien se encarga de que estos no sólo cubran los contenidos por aprender, sino también el desarrollo de ciertas habilidades. A este tipo de materias se le conoce como taller de diseño, pues, además, suelen designarse 3 horas o más por sesión, mismas que se repiten dos o tres veces por semana. Dado que la información es muy escasa sobre cómo deben ser dispuestos dichos proyectos, o qué características deben cubrir, los docentes se guían de acuerdo con su experiencia profesional, o su intuición, o si fuera el caso, cumpliendo la normativa institucional. Sin embargo, los proyectos cada vez son más lejanos de la realidad profesional, aspecto que se menciona una y otra vez en estudios que las instituciones educativas hacen a empleadores, y que se confirmó mediante entrevistas en esta investigación. Por lo tanto, el objetivo de la presente es identificar, a partir de la experiencia de distintas organizaciones, elementos que deberían formar parte del taller de diseño, o prácticum en palabras de Schön (1987, 2005), para que la simulación de problemas reales sea más adecuada y así el desarrollo de habilidades como de adquisición de conocimiento tácito sea promovido al interior de las aulas. Asimismo, se presentan en este documento los hallazgos de dicha investigación que logró identificar primero, siete etapas comunes del proceso de diseño, que se sigue al interior de distintas empresas, desde el primer contacto

con cliente hasta que se entrega el proyecto; y segundo, cuatro elementos clave: la entrevista, el *brief*, el trabajo colaborativo y la presentación a cliente, para integrarlos en los proyectos educativos de las aulas de diseño, para así simular de una manera más cercana lo que sucede en la práctica profesional.

EL ORIGEN DEL PRÁCTICUM

Esta investigación toma como punto de partida el trabajo realizado por Donald Schön, un filósofo estadounidense que estudió cómo se desenvuelven los profesionales de distintas disciplinas, iluminando con sus reflexiones aspectos de la práctica profesional, que quizá antes habían pasado desapercibidos. De acuerdo con Schön, el conocimiento tácito aprendido en la práctica puede ser adquirido de tres maneras: la primera es de forma autodidacta, la segunda a través de una relación maestro-aprendiz en contextos del mundo real, por ejemplo, un programa de prácticas profesionales, y la tercera a través de lo que el autor denomina como prácticum (Waks, 2001). Prácticum, tomado del griego *praktiké*, que significa ciencia práctica, y *praktikós*—activo, refiere a una participación dinámica y activa. Por lo tanto, el prácticum-reflexivo, como lo llama Schön debido a su rol en el proceso de enseñanza-aprendizaje, es un escenario, entorno, o contexto, diseñado para aprender la práctica (Waters, 2004); es un contexto situado que se aproxima al mundo de la práctica profesional; “un puente entre dos mundos: el de la universidad y el de la práctica” (Acosta, 2009: 6). Schön introduce este

concepto para resaltar la necesidad de que los entornos de aprendizaje sean proveedores de mecanismos y procesos organizacionales para desarrollar explícitamente la reflexión en los estudiantes, entendida ésta, como el proceso de transformar la experiencia en aprendizaje (Bruno y Dell'Aversana, 2018). Desde esta perspectiva, el trabajo de Schön cobra valor para las disciplinas del diseño, pues basa su formación a partir de proyectos que comúnmente se asemejan a entornos reales de la práctica profesional.

El prácticum, puede ser entendido como mundo virtual dado que no representa exactamente problemas reales, pero que a través de éste se pueden simular problemas reales para ser enfrentados por un grupo de estudiantes. En tal mundo virtual el aprendiz novato, o en este caso el diseñador novato, se enfrenta a una serie de problemas de distinto grado de dificultad, bajo la supervisión cercana de un asesor, que idealmente debería ser experto, o por lo menos tener experiencia en la práctica profesional (Waks, 2001). En el prácticum, es fundamental establecer un diálogo entre estudiante y profesor (Sweeting, 2014), entre otras dinámicas, así como la habilidad del docente para dar una retroalimentación que pueda promover la reflexión en los estudiantes.

Así, el prácticum-reflexivo, que en muchas escuelas ha dado origen al taller de diseño, según Schön, está orientado a reflexionar sobre la práctica, mediante el enfrentamiento de los estudiantes a situaciones del mundo real. En otras palabras, el prácticum es un simulador de contextos, por lo que un currículum educativo debería proveer de contextos de lo más sencillos a los más complejos. La simulación de dichos contextos representa para el estudiante un entorno seguro, puesto que los problemas a los que se enfrentan no tienen las mismas consecuencias que si se enfrentaran en el mundo real en caso de fallar. Este entorno seguro permite a los estudiantes participar en procesos de aprendizaje sin miedo a equivocarse o a no tener suficiente conocimiento para desarrollar ciertas tareas (Hawe and Dixon, 2016). Asimismo, tampoco el tiempo que se le dedica a resolver dichos problemas es el mismo que si se trabajaran en el mundo

real, donde las respuestas son más inmediatas y el tiempo para planear y reflexionar es más limitado, incluso el número de sesiones y la duración de las mismas suele ser mucho mayor en el prácticum que el tiempo que se le destina en una organización; además, el equipo de trabajo también es simulado, pues se trabaja el problema y se discute con colegas diseñadores; finalmente, el desarrollo de los proyectos en ese ambiente son guiados siempre por uno o varios docentes, aspecto que rara vez sucede en el mundo real. Ante ello, el rol del docente también se transforma en un tutor o guía, buscando promover el aprendizaje autónomo en los estudiantes (Acosta, 2009). Por eso mismo, el prácticum es considerado como una alternativa pedagógica que ha fructificado en las aulas de diseño, pues la transmisión del conocimiento en estas disciplinas rara vez se da de docente a estudiante, sino que más bien se aprende directamente a través de la experiencia (Logan, 2007). La reflexión-en-acción provista por la experiencia está caracterizada por un proceso interactivo en el que los practicantes, ante una situación y contexto determinado en el que se siente inseguros sobre cómo actuar, se permiten “experimentar sorpresa, duda y confusión” (Baird, 1996: 127). Ante estas situaciones es que los practicantes pueden generar nuevos entendimientos para afrontar la situación, re-enmarcando los problemas dados y afrontándolos desde nuevas ópticas.

Por tanto, cuando se planea un proyecto para ser desarrollado en el prácticum conviene identificar aquellos aspectos que es necesario tomar del contexto real para que la simulación logre el aprendizaje deseado a través de la experiencia, y de esa manera el enfrentamiento entre diseñador y contexto –aunque simulado– promueva la obtención de conocimiento tácito, para el desarrollo de una práctica reflexiva propuestas por Schön (López-León, 2018).

ALCANCES DEL PRÁCTICUM

La implementación del prácticum se ha dado en distintas disciplinas, no sólo el diseño. Por ejemplo, la formación de pedagogos también ha encontrado en el mismo, una forma de enseñanza fértil para que, a través de la práctica, futuros docentes adquieran habilidades y conocimiento tácito. Existen estudios que resaltan que más que proveer un gran número de experiencias prácticas a los estudiantes, lo que hay que vigilar es la calidad de las mismas (Rossi y Lissahunter, 2013), tanto a nivel pregrado (Burns, A. & Danyluk, 2017), como a nivel posgrado (Andrew, M. & Razoumova, O., 2017). Las experiencias y percepciones entorno al prácticum y sus alcances han sido tanto positivas como negativas de estudiantes y docentes (Schagen *et al.*, 2017); también se destacan las principales fallas del prácticum, lo que aún falta por estudiar (Lawson, 2015) y se resalta que se ha estudiado desde un enfoque principalmente cualitativo (Can, D. T. & Baştürk, M, 2018). Sin embargo, la tendencia cualitativa entorno a la comprensión del prácticum deja ver que hay distintos matices, una heterogeneidad de experiencias y también una necesidad de profundizar en aspectos particulares de cada estudio, que son aspectos que no se podrían abordar desde una perspectiva cuantitativa.

También se le ha conocido como prácticum a la inserción de estudiantes de últimos semestres en contextos reales. Esta actividad es muy común en aquellos que se están formando para convertirse en docentes. En los últimos semestres, los estudiantes tienen que completar un número de horas determinado en una escuela local, colaborando en la planeación, implementación y evaluación de clases. Para ello, generalmente las instituciones receptoras de dichos estudiantes están preparadas y capacitadas para que de manera colaborativa puedan proveer al estudiante de una mejor experiencia profesional (Jiyoon, 2008).

Otra de las áreas que ha optado por esta forma de aprendizaje y que ha abonado en entender cómo dicha experiencia promueve el desarrollo de estudiantes es la enfermería, a través de la cual se han desarrollado distintos trabajos para conocer sus alcances (Kelly, T. &

Lazenby, M., 2019; Lee, K., Kim, S. & Yang, Y. L., 2019). En esta disciplina, se le conoce como prácticum clínico, en donde los practicantes se insertan directamente en hospitales y deben cubrir cierto número de horas, tanto de observación como de acciones directas relacionadas con la enfermería. En dichos estudios también destaca el enfoque cualitativo (Suksathan *et al.*, 2016), así como la importancia y rol del docente como tutor (Bardallo *et al.*, 2012) y las estrategias para promover el pensamiento reflexivo en los estudiantes (Rivera y Medina, 2017). Existen reportes de prácticum simulados, en donde también se escenifican problemas reales para que los estudiantes practiquen (Leal, 2014), aspecto que tiene más similitud con las disciplinas del diseño. Algunas de las reflexiones, tanto en el área de enfermería como en la formación de docentes, permiten reconocer la similitud con las disciplinas del diseño y por lo tanto incorporar dichas reflexiones a la comprensión de la docencia del diseño. Por ejemplo, Stenberga, Rajalab y Hilppo (2016) mencionan que separar la teoría de la práctica produce una falsa dicotomía, dado que se trata de una profesión en la que la teoría está incrustada y por lo tanto es inseparable de la práctica (Allen, 2011), y que más bien se trata de un proceso dialéctico en el que ambas, teoría y práctica, son transformados mutuamente. De acuerdo con los autores, la reflexión debe ser promovida por los profesores, y aunque hay estudios que proponen métodos y herramientas para lograrlo, aún hay mucho por hacer.

El prácticum, como estructura de la enseñanza-aprendizaje, tiene una gran tradición en las instituciones formadoras de las disciplinas del diseño (Logan, 2007). La simulación de contextos es una de las formas privilegiadas, aunque también se reconoce que es necesario un mayor conocimiento a través de la investigación de la relación que se debe establecer entre la práctica profesional y el diseño que se practica en las aulas (Hill y Anning, 2001; López-León, 2017; Mawson, 2007; Rodríguez, 2012; Williams, 2001). Mawson (2007), a través de su estudio, logra esbozar las dificultades que representa la docencia del diseño cuando invita a profesionales experimentados en la práctica, a planear e implementar actividades

para el aula que faciliten a los estudiantes a comprender y aprender el proceso de diseño. En otras palabras, extrapolar los elementos de la práctica para ser simulados en el aula puede ser un reto más complejo de lo que parece. Uno de los retos puede ser que generalmente los problemas de diseño no tienen un punto de partida claramente definido, mucho menos un punto de conclusión, así como tampoco existe una fórmula exacta para combinar conocimientos y métodos que pueda ser replicable y que lleve a distintos diseñadores a los mismos resultados (Buchanan, 1992; Middleton, 2005).

PARTICIPANTES Y MÉTODOS

Para comprender el enfoque de esta investigación es necesario comprender la perspectiva de la investigación cualitativa (IC) y porqué es la más pertinente para realizar un estudio sobre las prácticas del diseño gráfico. Conviene entonces recurrir al trabajo de Aspers y Corte (2019), quienes realizan una búsqueda exhaustiva de más de 80 fuentes de información para tratar de definir lo que se entiende por aspecto “cualitativo” de la investigación, pues hasta ahora dada la variedad de definiciones ha quedado hasta cierto punto indeterminado. Los autores destacan que en su mayoría otros estudios se preocupan por aclarar qué hacer y cómo hacer investigación cualitativa, pero no cómo se define. Así, luego de su revisión llegan a una propuesta en la que la IC se define como “un proceso iterativo en el que un entendimiento profundo se obtiene al hacer nuevas distinciones significativas como resultado de acercarse al fenómeno estudiado” (Aspers y Corte, 2019: 155). Por lo tanto, en el caso de esta investigación se espera obtener un entendimiento más profundo sobre las prácticas profesionales del diseño gráfico, con un acercamiento a empresas que se dediquen a ello, practicando de forma iterativa entrevistas con distintos líderes para obtener un panorama de dicha labor. A partir de dicho acercamiento, se pretendía identificar aquellos elementos que deberían formar parte del prácticum, para que la simulación de problemas reales en las aulas sea más cercana.

Aunque los métodos cualitativos han sido extensamente criticados, entre ellos, la entrevista, también hay estudios que han logrado identificar rutas y aspectos a tomar en cuenta cuando se utiliza éste mismo, sobre todo, si se toma una postura analítica sobre el contenido que presenta el entrevistado (Whitacker y Atkinson, 2019). Las dudas que se tienen respecto a la investigación cualitativa, provienen en parte a la falta de estandarización e identificación de variables, aspectos que sí caracterizan, por ejemplo, al enfoque cuantitativo. Sin embargo, es la misma intención de los investigadores con enfoque cualitativo de incluir contextos distintos, invitar la complejidad y las variables confusas (Mayan, 2009), de hecho, la labor de investigación cualitativa es cuestionar las variables que fueron pre-definidas, con el objetivo de generar nuevos conceptos e identificar nuevas variables durante el proceso investigativo (Aspers y Corte, 2019: 155).

La IC tiene la capacidad de construir reportes de la realidad que sean sensibles y a la vez complejos, fascinantes e indefinidos (Mayan, 2009: 139), aspectos que sería imposible conocer desde otro enfoque. Así, dada la naturaleza del taller de diseño, como un espacio caracterizado por su heterogeneidad de prácticas, se requiere un acercamiento cualitativo que permita observar el fenómeno desde una perspectiva no-estandarizada, flexible, adaptable y a veces hasta contradictoria, características que se comparten con la misma práctica del diseño gráfico que se pretende estudiar.

Por lo tanto, se realizó una entrevista semi-estructurada a informantes clave, quienes fueron seleccionados de acuerdo con los cuatro criterios de Robinson (2014), los cuales se exponen a continuación. El primer punto se refiere al universo de la muestra, el cual se ha optado por incluir una muestra heterogénea, siguiendo la premisa de que “cualquier comunalidad encontrada a través de diversos grupos es más probable que pueda ser generalizada que aquella encontrada en grupos homogéneos” (Robinson, 2014: 27). Desde esta perspectiva, se seleccionaron líderes que sean responsables de proyectos y que tengan a su cargo diseñadores. Así, se logró contactar con personas que tienen a su cargo hasta más

de 20 personas, u otras que lideran solo a 4; asimismo, los participantes puede que trabajen en una empresa de más de 3 000 empleados con participación a nivel Latinoamérica, o son propietarios de un estudio de diseño gráfico local con participación local o regional.

El segundo punto refiere al tamaño de la muestra, y se optó por tomar un enfoque idiográfico, que no busca la cantidad sino la profundidad en el estudio, además de que este enfoque tiene por objetivo que los participantes tengan una mayor presencia en el mismo, por lo que sus respuestas puedan ser analizadas con mayor profundidad (Robinson, 2014: 29). El autor determina que para lograr dicho objetivo se puede contar con un número de entre 3 y 16 participantes, dependiendo del presupuesto para la investigación, el equipo de trabajo con que se cuenta para llevarla a cabo, y la disponibilidad de los informantes clave. Desde este punto de vista, el número óptimo para esta investigación fueron 8 participantes que accedieron a que acudiéramos a sus instalaciones y los entrevistáramos en su contexto laboral, salvo 3 de ellos que prefirieron hacerlo fuera de la oficina para evitar interrupciones y uno que tuvimos que realizar la entrevista vía Skype.

El tercer punto o criterio, según Robinson, es la estrategia de muestreo, la cual se optó la ruta de muestreo deliberado, en la que se seleccionan los participantes a partir de “características que pueden traer una perspectiva importante, diferente y única al fenómeno en cuestión y por lo tanto, su presencia en la

muestra debe estar asegurada” (Robinson, 2014: 32). Así, se seleccionaron personas que se desempeñaban como líderes en empresas que realizaran actividades en las áreas del diseño gráfico distintas, desde la más comunes como publicidad, fotografía, identidad corporativa, diseño de etiquetas, folletería, desarrollo de audiovisuales, hasta el uso de tecnología más avanzada para reproducir realidad aumentada. También el tamaño de las empresas fue diverso, como ya se mencionó, desde empresas que tienen 4 empleados, hasta grandes empresas con más de 3 000 empleados en las que el diseño gráfico sólo es un departamento con hasta 25 integrantes. Asimismo, los líderes en dichos puestos tienen desde poca experiencia como menos de 5 años, hasta más de 15 años al frente.

Como cuarto y último punto, se optó por el criterio de auto-selección en el reclutamiento, en el que todos los que se incluyen en esta investigación accedieron a participar voluntariamente, de manera consensada y asegurando su anonimato (Robinson, 2014: 35). Lo anterior es importante porque el grupo de participantes se fue conformando también a partir de la disponibilidad de tiempo y disposición a participar en esta investigación, pues era importante contar con fuentes primarias, ya que son generalmente consideradas como “un estándar de oro” en las ciencias sociales (Puyvelde, 2018: 337). La tabla 1 presenta una síntesis de los criterios mencionados que definen los participantes de este estudio.

TABLA 1. SELECCIÓN DE PARTICIPANTES PARA LA ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA.

	Universo de la muestra	Tamaño de la muestra	Estrategia de muestreo	Reclutamiento de la muestra
Tipo de muestreo	Heterogéneo	Idiográfico	Deliberado	Autoselección
Selección de la muestra	Micro, pequeñas y medianas empresas con actividad de diseño gráfico	10 líderes en puestos de jefatura con diseñadores a su cargo	Agencias que representen distintas actividades de diseño gráfico	Disponibilidad a participar de manera voluntaria y anónima

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Entrevista

La entrevista semiestructurada contó con cinco tópicos principales y tenía el objetivo de conocer las principales prácticas al interior de los departamentos de diseño gráfico, así como su forma de organizarse, sus estructuras y las principales habilidades que se requieren actualmente de los diseñadores. Se tomó en cuenta una estructura de lo general a lo específico, considerando como aspecto más importante

contar con una secuencia de apertura para que el entrevistador pudiera establecer un clima de confianza (Aarsand y Aarsand, 2019), por lo que el primer tópico refería al contexto de la empresa. Al tratarse de una entrevista semiestructurada, el entrevistador tenía flexibilidad de recorrer los tópicos en distintas secuencias buscando mantener la fluidez del entrevistado. La tabla 2 muestra la secuencia de tópicos de la entrevista y los objetivos que perseguía cada uno de los mismos.

TABLA 2. ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA.

Tópico a abordar	Objetivo
Antecedentes de la empresa	Conocer el tamaño y antigüedad de la empresa, así como su participación en el mercado.
Llegada del participante al puesto de jefatura	Identificar las características del puesto, responsabilidades y personas a su cargo.
Actividades de diseño que realizan	Conocer las áreas del diseño que son el núcleo de negocio de la empresa.
Formas de trabajo, organización y jerarquías	Identificar el rol de los diseñadores en las tomas de decisiones, proceso de diseño y trato con cliente.
Principales problemas y retos	Identificar las demandas del sector productivo a la que se enfrentan los diseñadores de hoy.
Habilidades necesarias en el diseñador de hoy	Conocer las expectativas de los líderes de diseñadores del perfil profesional.
Prácticas ideales en las aulas y talleres del diseño	Identificar estrategias y posibles rutas para la mejora de proyectos en el taller de diseño.

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La entrevista duró entre 30 y 50 minutos. Todos los participantes dieron su consentimiento para ser grabados en audio (Ives, 1995), a partir del cual se identificaron puntos de coincidencia entre los participantes sobre la práctica profesional del diseño gráfico. A continuación, se presentan los puntos de coincidencia respecto al proceso de diseño.



FIGURA 1. PROCESO DE DISEÑO.

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

El proceso de diseño comprende las mismas etapas en la mayoría de los equipos de trabajo. Asimismo, un énfasis de los entrevistados se da en que diseño y venta, están intrínsecamente vinculados, formando un binomio de actividades entre diseñar y hacer labor de venta inseparable, por lo que se presentan siete etapas en donde la primera y la última involucran una alta participación con el cliente. A continuación, se exponen cada una de las etapas (figura 1) y las prácticas que fueron identificadas. Se presentan, además, algunas verbalizaciones de los entrevistados para dar vida a dichas prácticas en sus propias palabras.

1. Contacto con el cliente. Se destaca en particular lo valioso de las recomendaciones, por lo que generalmente el primer contacto con nuevos clientes se da gracias a clientes satisfechos. Se enfatiza entonces la importancia de construir y mantener una buena relación con clientes actuales y pasados.

- *Generalmente los clientes con los que trabajamos son por recomendación. Ni si quiera tenemos un “book” porque cuando hay que presentarle algo al cliente siempre desarrollamos algo específico.*
- *Clientes desde hace más de 7 años nos han recomendado. Hablamos sin tecnicismos, esto nos permite tener clientes con grandes empresas, pero también productores locales.*

2. Búsqueda de información. Se reconoce como valor realizar una búsqueda exhaustiva con el objetivo de conocer a profundidad al cliente nuevo. Entre las particularidades se trabaja en identificar el tipo de negocio, los competidores, el mercado actual e inclusive áreas en las que él mismo pueda crecer. Toda esta información sirve de preparación para antes de la entrevista.

- Cuando alguien se interesa en nosotros, empezamos a investigar sobre él. Sobre la empresa, sobre la posición que tiene en

ese momento la persona que nos contacta, si es la persona que va a tomar la decisión. Conocer la empresa, el proyecto y la persona.

- *Hacemos una investigación paralela al brief en cuanto a competencia, imagen, si tienen opiniones en redes sociales, en Google, qué ventajas tiene sobre la competencia.*

3. Entrevista. Se manifiesta la importancia de encontrarse cara a cara con el cliente, para conocer las necesidades de primera mano. Algunos equipos de trabajo ya cuentan con un cuestionario que han ido mejorando con el paso de los años a partir de la experiencia y así obtener información del cliente. Este cuestionario es fundamental para identificar las necesidades del cliente.

- *Nosotros tenemos ya un cuestionario que hemos construido a lo largo de todo este tiempo para generar el brief.*
- *Llevamos una serie de preguntas, nos ha pasado que el cliente conoce muy bien su proyecto, pero luego [en la entrevista] el cliente se da cuenta que las cosas [los alcances del diseño] pueden ser mejores.*
- *Buscamos que las entrevistas sean presenciales, te dice mucho del cliente cuando hablas con él.*
- *Hacemos una entrevista cuando el cliente no quiere responder nuestro cuestionario [en línea] grabamos la entrevista y compartimos el audio [con el resto del equipo].*

4. Brief. Los equipos de trabajo se sienten cómodos realizando un *brief* a partir de la entrevista con cliente. Es más común que el *brief* sea de uso interno y nunca llegue a manos de cliente. Otra práctica es que el *brief* sea avalado por el cliente, ya sea interno o externo, para establecer un punto de partida, con el fin de transparentar el proceso de diseño gráfico, o de llegar a acuerdos.

- *Un brief nos ayuda a cerrar [lograr] esa comunicación que tenemos con las demás [áreas] porque se establece exactamente qué queremos*
- *El brief es la certeza de que entendimos el proyecto.*
- *Hacemos un brief que es nuestra base para empezar nuestro proceso de bocetaje.*
- *El brief lo tenemos en una app de Google. Compartimos la información en una plataforma en línea.*

5. Trabajo en equipo. Los profesionales líderes manifiestan como fortaleza promover el trabajo colaborativo y cuentan con equipos integrados por profesionales con distintas habilidades dentro las ramas del diseño, así como de otras disciplinas. Destacan ilustradores, fotógrafos, editores de video, mercadólogos, comunicólogos, asesores financieros y diseñadores de ramas distintas al diseño gráfico. Para el trabajo colaborativo los líderes esperan una participación activa de todos los integrantes, ya sea en juntas programadas para la generación de ideas, o de forma individual en el día a día del quehacer de la empresa. El trabajo colaborativo fue identificado como una práctica fundamental para mejorar los resultados de un proyecto y suele ser más intensa al inicio del mismo.

- *Regresamos de la entrevista y hacemos “team back”. Juntamos a más gente porque a veces hay necesidades que se tocan que a lo mejor no estábamos del todo [conscientes].*
- *Estamos ahí todos juntos, lo que nos gusta mucho es que todos tienen voz y todos pueden proponer una idea.*
- *[Invitamos] un representante de cada área, hasta de ventas.*
- *Los alentamos y les pedimos mucho que aporten todo lo que se pueda porque nos hemos dado cuenta de que salen mejores cosas así.*

6. Desarrollo. Esta etapa comprende ya al desarrollo de las propuestas gráficas para el proyecto. Para ello, se identifica una segunda búsqueda de información, pero más bien orientada a la identificación de tendencias, ya sea gráficas o estratégicas. Contar con un marco amplio de referencias visuales parece funda-

mental para discernir e identificar un estilo visual apto para los objetivos del proyecto. En esta etapa, también se designan responsables y colaboradores del proyecto. En los equipos de diseño más grandes suele haber un líder para cada proyecto con dos o más colaboradores, sin embargo, la participación de los diseñadores no suele ser exclusiva de un proyecto, como también puede ser temporal. Se identificó el aprovechamiento de la tecnología para dar seguimiento a los proyectos, se destaca el uso de grupos de WhatsApp y algunas herramientas en línea que permiten compartir información, propuestas, así como establecer tiempos y fechas de entrega.

- *Vemos cómo fue la imagen de los eventos más importantes del mundo, también la parte de las tendencias gráficas que viene para el siguiente año.*
- *Volteamos a ver lo qué hacen marcas reconocidas a nivel internacional.*
- *Empezamos a recabar información visual para tener referencias. Nos ha funcionado trabajar con moodboards que se le enseñan al cliente.*
- *Usamos un organizador virtual donde todos pueden subir sus avances, revisar lo que los demás están haciendo, descargar cosas.*
- *Para cada proyecto hacemos un grupo de WhatsApp donde está el cliente, el mercadólogo y el diseñador que trabaja el proyecto.*

El proceso de
DISEÑO
comprende las
MISMAS ETAPAS
en mayoría de los
EQUIPOS DE
TRABAJO.

7. Presentación con cliente. Como última etapa del proyecto, en la que se entregan resultados al cliente, los profesionales identifican cuidar cada detalle a la hora de presentar. Manifiestan también la importancia de que participen en dicha presentación, quienes estuvieron directamente involucrados en el proyecto, y no sólo los líderes. Por lo tanto, enfatizan también la necesidad urgente de que los diseñadores desarrollen la capacidad de hablar en público y relacionarse con clientes.

- *Lo que más le exijo a la gente que entra conmigo es que no le tengan miedo a hablar.*
- *Se necesita mucha facilidad de palabra.* A los diseñadores les cuesta trabajo saberse vender.
- *También es un trabajo de persuasión, de guiar al cliente.*
- *Nos hemos dado cuenta de que cuando mandamos a los diseñadores se motivan más y dan mejores resultados porque escuchan de manera directa la felicitación del cliente.*

Conocer al
INTERIOR LAS
FORMAS DE TRABAJO,
de los profesionales,
DEL DISEÑO
GRÁFICO, *tanto*
de los **EQUIPOS**
NUMEROSOS
como de los pequeños
Y LABORANDO en
ORGANIZACIONES
PÚBLICAS Y PRIVADAS,
permitió identificar
ALGUNOS
ELEMENTOS
para incorporar
al TALLER DE
DISEÑO,
de manera que el
PRÁCTICUM se
vuelva **SIMULADOR DE LA**
PRÁCTICA
PROFESIONAL.

CONCLUSIONES: EL NUEVO TALLER DE DISEÑO

Conocer al interior las formas de trabajo de los profesionales del diseño gráfico, tanto de equipos numerosos como pequeños y laborando en organizaciones públicas y privadas, permitió identificar algunos elementos para incorporar en el taller de diseño, de manera que el prácticum se vuelva un simulador de la práctica profesional. Aunque los participantes identificaron la necesidad de impulsar a los estudiantes a trabajar con clientes reales, también es cierto que esto no es posible hacerlo siempre, pues en los primeros años la calidad técnica de los estudiantes quizá aún no es óptima para responder a las necesidades de clientes reales. Sin embargo, el objetivo de esta investigación fue identificar prácticas en contextos reales, de manera que puedan ser simuladas vía el prácticum para que los estudiantes se enfrenten a situaciones más cercanas a la realidad profesional, pero con los beneficios de hacerlo en un entorno con tiempos y alcances controlados, así como asesoría constante. Así, se presentan a continuación cuatro características que podrían incorporarse en el planteamiento de proyectos a desarrollar en el taller de diseño para que puedan replicarse las prácticas actuales.

1. Entrevista y búsqueda de información. Aunque sea un cliente simulado, es necesario que los estudiantes aprendan a obtener información viva, ya sea de la observación o de la conversación con usuarios. Para ello, tendrían también que diseñar sus propios instrumentos de obtención de datos. Al mismo tiempo, necesitan desarrollar la capacidad de empatar la información empírica con la que *puedan recabar de la web y de otras fuentes. Por lo tanto, es recomendable que cualquier proyecto de diseño gráfico tome como punto de partida la detección de necesidades a partir de la interacción con usuarios.*
2. Desarrollo de *brief*. La construcción de un *brief*, a partir de información empírica, es un ejercicio de síntesis que debe formar parte de cualquier proyecto de diseño gráfico. Identificar las necesidades y convertirlas en objetivos de diseño no es un trabajo sencillo,

pues las personas no siempre son claras a la hora de hablar. Por ello, que el estudiante desarrolle su propio *brief*, y no el docente, es una práctica de suma importancia que impactará en su desempeño profesional.

3. Trabajo Colaborativo. El diálogo entre pares es una práctica no sólo común sino también atesorada del ámbito profesional. Además, se promueve el trabajo multidisciplinario, pues está comprobado que los proyectos se enriquecen. Los proyectos en equipo suelen tener mayor alcance y exigen del estudiante generar acuerdos, así como ejercitar la capacidad de síntesis. Por lo tanto, en alguna etapa del proyecto dentro del taller de diseño se debe promover el diálogo entre pares y el desarrollo de proyectos conjuntos, así como el trabajo con otras disciplinas.

4. Presentación pública. Enfrentar a los estudiantes a hablar en público y presentar de manera formal los resultados de sus proyectos también fue detectado no sólo como importante sino como una carencia de la formación universitaria. Dado que los diseñadores son percibidos como retraídos y tímidos, se apremia al interior de las organizaciones a aquellos que logran expresar su opinión y presentar de forma asertiva el resultado y valor de su trabajo. Por ello, es importante que la conclusión de cada proyecto dentro del taller de diseño sea presentada públicamente.

Estas cuatro características aquí identificadas deberían estar presentes en cualquier proyecto de diseño gráfico, ya sea si se desarrollan páginas web, publicidad, catálogos, revistas, logotipos, redes sociales, animación, proyectos tipográficos, entre otras, que son comunes en los programas universitarios. Cada una de estas características fue extraída de la práctica profesional, incorporarlas todas, representa una simulación más real del prácticum y por lo tanto una experiencia cercana del estudiante con la práctica profesional. Aunque las mismas fueron detectadas desde la disciplina del diseño gráfico, muestran grandes posibilidades de ser aprovechadas también por otras disciplinas del diseño.

F

UENTES DE CONSULTA

Aarsand, L. & Aarsand, P. (2019), "Framing and switches at the outset of qualitative research interviews", *Qualitative Research*, vol. 19, núm. 6, pp. 635-652.

Acosta, M. (2009), "Acercamiento a los planteamientos de Donald Schön. Igualdad social". XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. *Asociación Latinoamericana de Sociología*, Buenos Aires.

Allen, J. (2011), "Stakeholders' perspectives of the nature and role of assessment during practicum", *Teaching and Teacher Education*, vol. 27, núm. 4, pp. 742-750.

Andrew, M. & Razoumova, O. (2017), "Being and becoming TESOL educators: Embodied learning via practicum", *Australian Journal of Language & Literacy*, vol. 40, núm. 3, pp. 174-185.

Aspers, P. & Corte, U. (2019), "What is Qualitative in Qualitative Research", *Qualitative Sociology*, vol. 42, núm. 2, pp.139-160.

Baird, M. (1996), "The idea of a reflective practicum: Overcoming the dichotomy between academia and the practice setting", *Radiography*, vol. 2, núm. 2, pp. 119-138.

Bardallo Porras, L., Rodríguez Higuera, E. & Chacón Sánchez, M. D. (2012), "La relación tutorial en el Practicum de Enfermería", *Revista de Docencia Universitaria*, vol. 10, pp. 211-228.

Bruno, A. & Dell'Aversana, G. (2018), "Reflective practicum in higher education: the influence of the learning environment on the quality of learning", *Assessment & Evaluation in Higher Education*, vol. 43, núm. 3, pp. 345-358.

Buchanan, R. (1992), "Wicked Problems in Design Thinking", *Design Issues*, vol. 8, núm. 2, pp. 5-21.

Burns, A. & Danyluk, P. (2017), "Applying Kolb's Model to a Nontraditional Preservice Teaching Practicum", *Journal of Experiential Education*, vol. 40, núm. 3, pp. 249-263.

Can, D. T. & Bastürk, M. (2018), "Qualitative Research: The Pre-Service Efl Teachers' Opinions on Teaching Practicum", *Trakya University Journal of Social Science*, vol. 20, núm. 1, pp. 187-212.

Hawe, E. & Dixon, H. (2017), "Assessment for learning: a catalyst for student self-regulation", *Assessment & Evaluation in Higher Education*, vol. 42, núm. 8, pp.1181-1192.

Hill, A. M. & Anning, A. (2001), "Comparisons and Contrasts Between Elementary/Primary 'School Situated Design' and 'Workplace design' in Canada and England", *International Journal of Technology and Design Education*, vol. 11, núm. 2, pp. 111-136.

Ives, E. (1995), *The tape-recorded interview*, The University of Tennessee Press, Knoxville.

Jiyoon, Y. (2008), "Cyber practicum: A future practicum classroom", *British Journal of Educational Technology*, vol. 39, núm. 1, pp.163-165.

Kelly, T. & Lazenby, M. (2019), "Developing and validating learning domains, competencies, and evaluation items for global health clinical immersion practicums for graduate-level nursing programs", *Journal of Advanced Nursing* (John Wiley & Sons, Inc.), vol. 75, núm. 1, pp. 234-252.

Lawson, T., Çakmak, M., Gündüz, M. & Busher, H. (2015), "Research on teaching practicum – a systematic review", *European Journal of Teacher Education*, vol. 38, núm. 3, pp. 392-407.

Leal Costa, C., Díaz Agea, J. L., Rojo Rojo, A., Juguera Rodríguez, L. & López Arroyo, M. J. (2014), "Prácticum y simulación clínica en el Grado en Enfermería, una experiencia de innovación docente", *Revista de Docencia Universitaria*, vol. 12, núm. 2, pp. 421-451.

Lee, K., Kim, S. & Yang, Y. L. (2019), "Preliminary study of outcome-based clinical practicum for undergraduate nursing students", *Japan Journal of Nursing Science*, vol. 16, núm. 2, pp. 145-154.

Logan, C. (2008), "Metaphor and pedagogy in the design practicum", *International Journal of Technology & Design Education*, vol. 18, núm. 1, pp. 1-17.

López-León, R. (2017), "Aspectos contextuales en la formación de diseñadores: comprender el taller de diseño", *Arte, Ingeniería y Diseño*, 6, pp. 46-62.

Mayan, M. J. (2009), *Essentials of qualitative inquiry*, Left Coast Press, Walnut Creek, CA.

Mawson, B. (2007), "Designers as Teachers and Learners: Transferring Workplace Design Practice into Educational Settings", *International Journal of Technology & Design Education*, vol. 17, núm. 2, pp. 163-177.

Middleton, H. (2005), "Creative Thinking, Values, and Design and Technology Education", *International Journal of Technology and Design Education*, vol. 15, núm. 1, pp. 61-71.

Puyvelde, D. V. (2018), "Qualitative Research Interviews and the Study of National Security Intelligence", *International Studies Perspectives*, vol. 19, núm. 4, pp. 375-391.

Rivera Álvarez, L. N. & Medina Moya, J. L. (2017), "Pensamiento reflexivo del estudiante de enfermería en su prácticum clínico", *Investigación en Enfermería: Imagen y Desarrollo*, vol. 19, núm.1, pp. 17-31.

Robinson, O. (2014), "Sampling in Interview-Based Qualitative Research: A Theoretical and Practical Guide", *Qualitative Research in Psychology*, vol. 11, pp. 25-41.

Rossi, A. & Lisahunter (2013), "Professional spaces for pre-service teachers: sites of reality, imagination and resistance", *Educational Review*, vol. 65, núm. 2, pp. 123-139.

Rodríguez, D. (2012), "Talleres de Arquitectura y Diseño, buena enseñanza y practicum reflexivo: estudio de casos en entornos virtuales", *I+ A Investigación+ Acción*, vol. 11, núm. 10, pp. 69-89.

Schagen Johnson, A., Paro, K. & Crosby, D. (2017), "Early Practicum Experiences: Preservice Early Childhood Students' Perceptions and Sense of Efficacy", *Early Childhood Education Journal*, vol. 45, núm. 2, pp. 229-236.

Schön, D. (1987), *Educating the Reflective Practitioner*, Jossey-Bass, New York.

Stenberg, K., Rajala, A. & Hilppo, J. (2016), "Fostering theory-practice reflection in teaching practicums", *Asia-Pacific Journal of Teacher Education*, vol. 44, núm. 5, pp. 470-485.

Suksathan, W., Chotisiri, L. & Vorasiha, P. (2016), "Undergraduate Students Perception Towards the 1St Clinical Experiences in Fundamental Nursing Skills Practicum: A Qualitative Study", *International Journal of Health & Medical Sciences*, vol. 2, núm. 3, pp. 64-6.

Sweeting, B. (2014), "Not all conversations are conversational", *Constructivist Foundations*, vol. 9, núm. 3, pp. 393-402.

Waks, J. L. (2001), "Donald Schon's Philosophy of Design and Design Education", *International Journal of Technology and Design Education*, vol. 11, pp.37-51.

Waters, M. (2004), "Educating the reflective GP: Schon revisited", *Teaching Exchange*, pp. 631-633.

Whitaker, E. M. & Atkinson, P. (2019), "Authenticity and the interview: a positive response to a radical critique", *Qualitative Research*, vol. 19, núm. 6, pp. 619-634.

Williams, P. J. (2000), "Design: The Only Methodology of Technology?", *Journal of Technology Education*, vol. 11, núm. 2, pp. 48-60.