

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES EN LA BÚSQUEDA DEL ORIGEN DEL DISEÑO GRÁFICO MODERNO EN EL PERÚ

Mag. **Ciro Palacios Garcés**

Decano de la Facultad de Comunicaciones y Diseño.

[cironiceforopalacios@gmail.com](mailto:cironiceforopalacios@gmail.com) / [cnpalacios@crear.ucal.edu.pe](mailto:cnpalacios@crear.ucal.edu.pe)

### RESUMEN

Este estudio se propone desarrollar un marco conceptual fundamental para una investigación historiográfica acerca de los orígenes del Diseño Gráfico Moderno en el Perú, como medio de comunicación que alcanza, a mediados del siglo XX, un reconocimiento como instrumento eficaz para la información, para la persuasión, para la ideologización, para la convocatoria y la participación en diversas acciones de los públicos.

El Diseño gráfico peruano moderno surgió después de un proceso lento y progresivo de distanciamiento de las artes plásticas gracias a la influencia de especialistas europeos, que llegaron a trabajar a Lima, circunstancia, que permitió que mediante un enfoque distinto y más preciso de lo que significa construir mensajes visuales, se definiera con toda claridad el rol que habría de cumplir en la sociedad peruana desde los años 50, una profesión independiente de las artísticas.

A partir de esa década se crearon los primeros estudios de diseño gráfico en Lima, los cuales no solo cubrieron las necesidades de comunicación de las empresas industriales y comerciales peruanas y extranjeras del momento, sino que formaron y condujeron a un grupo de sus jóvenes asistentes peruanos en el ejercicio profesional de la disciplina que fueron los que lograron que la sociedad peruana la reconozca en su importancia decisiva para el desarrollo económico del país y como productora de cultura. Como natural consecuencia años después surgirán en nuestra capital los primeros espacios académicos de formación profesional del diseño gráfico.

**Palabras Clave:** *Diseño, Diseño gráfico, método “proyectual”.*

### ABSTRACT

*This study aims to develop a fundamental conceptual framework for a historiographical research on the origins of Modern Graphic Design in Peru, a communication medium that achieves recognition toward the middle of the 20th century as an effective instrument of communication, persuasion, ideological discussion, invitation and participation in the different activities of the public.*

*Modern Peruvian graphic design emerged following a slow, gradual process of detachment from the visual arts owing to the influence of European experts who came to work in Lima with a different and more explicit approach as to what it means to build visual messages. These circumstances made it possible to define the role that a profession independent from the artistic field would have in Peruvian Society since the 1950's.*

*Starting in that decade, the first graphic design studios were instituted in Lima, which not only met the communication needs of foreign and domestic industrial and commercial companies at that time, but also educated and guided a group of young Peruvian assistants in the professional practice of this discipline. It was this group of young professionals who made Peruvian society recognize this discipline as decisive important for the country's economic development and as a cultural producer. Years later, and as an inevitable consequence of this achievement, the first academic classrooms emerged in our capital to provide professional education in graphic design.*

**Keywords:** *Design, Graphic design, “project design” method cg.*

### INTRODUCCIÓN

Una de las intenciones de este trabajo de investigación es desarrollar primero, entre las tareas a emprender, la construcción de un marco conceptual imprescindible para abordar con precisión la búsqueda del origen del diseño gráfico moderno en el Perú. Dado que esa circunstancia necesariamente responde a un contexto determinado en la historia de nuestro país, se hace necesario, en segundo lugar, conocer los antecedentes que se dieron previos a este fenómeno, así como el entorno político, social, económico y cultural en el espacio nacional, así como los que se dieron a nivel internacional, que posibilitaron el nacimiento de una disciplina profesional desconocida como tal en el Perú.

En este afán nos proponemos primero definir Diseño, para entender su real significado y como consecuencia, aproximarnos a la comprensión cabal de lo que llamamos Diseño gráfico, ciencia proyectual del campo de la comunicación.

Haremos un estudio, cómo se menciona arriba, de los factores condicionantes necesarios para que tanto la industria como el comercio y las comunicaciones manifestaran la urgencia de

contar con los profesionales del diseño para el desarrollo de un mercado interno y para cubrir las expectativas de exportación de sus productos. En esas circunstancias se encontraban en el país empresas europeas que habían invertido en diversas áreas de la producción industrial, comercio, servicios y seguros. Esta presencia activa de capitales suizos, especialmente, será el factor que determinará un cambio notable en el campo de las comunicaciones en nuestro país.

Como se mencionó antes, es necesario ingresar a conocer el pensamiento y la actividad cultural que se desarrolló desde los inicios del siglo XX especialmente con la presencia del Indigenismo y el aporte del arte plástico en las comunicaciones periódicas impresas, que dieron lugar a un conjunto interesante de imágenes de ilustración. A esta actividad en dicha época se la llamó arte de segundo orden, que se aplicó y divulgó en publicaciones periódicas y no periódicas con un marcado estilo pictórico indigenista o en algunos casos influidos por la imaginería abstracta precolombina.

Una presencia importante en el país, a tener en cuenta, es la llegada de algunas agencias internacionales de publicidad y el nacimiento de otras de origen peruano que resolvían en el campo de la comunicación problemas surgidos por las necesidades de los productores de incentivar y persuadir al consumidor del mercado interno a la compra de servicios y productos diversos.

Los medios de producción de comunicación impresa en las décadas primeras del siglo XX habían entrado en una importante etapa de cambios en la tecnología industrial gráfica. La incorporación de la fotografía en blanco y negro primero y a color años después en la reproducción sobre papel y otros soportes, enriquecieron las imágenes impresas posibilitando su explotación en la difusión de las bondades de los productos nacionales e importados hacia el consumo masivo y a otros públicos especializados determinados. Así mismo, la fundación de Imprentas de gran capacidad de producción con adelantos técnicos para altos tirajes y producción de diarios, libros y revistas a color total, que serían el medio de difusión imprescindible en el campo de la comunicación periodística y publicitaria dieron los recursos técnicos para facilitar el despliegue de imágenes más ricas en formas y colores sobre soportes de los más variados y más finos.

El siguiente y más importante paso será el de la llegada de diseñadores gráficos europeos de tres nacionalidades: cuatro suizos, un español y un francés convocados por la empresa privada de su país de origen o por el aparato del Estado peruano para específicas labores profesionales.

Este será el momento del surgimiento de una disciplina nueva en nuestro medio y el progresivo reconocimiento de su importancia en el desarrollo económico, social y cultural de la

nación, y consecuentemente como profesión liberal independiente con formación en los centros académicos universitarios.

Aquí se hace necesario mencionar que entre los años cincuenta y sesenta surge una generación de jóvenes peruanos, asistentes, de estos profesionales europeos, que heredarán sus conocimientos y se convertirán en los primeros diseñadores gráficos modernos de nuestro país y serán los vivos testigos de parte de esta circunstancia histórica.

---

## CONCEPTO DE DISEÑO

La división social del trabajo como resultado de la Revolución Industrial en Inglaterra provocó el surgimiento de una nueva profesión: la del proyectista o diseñador. Ésta se ha manifestado en un abanico de especialidades entre las que destacan en primer lugar los ingenieros y los arquitectos, a los cuales se incorporaron los especialistas del área industrial y el de la comunicación visual más adelante. Éstas últimas, alcanzaron todavía más tarde el reconocimiento social, por lo cual, quedaron relegadas a la categoría de disciplinas menores u oficios. Recién en el siglo XX alcanzan reconocimiento en los países desarrollados y años más tarde en los países dependientes.

El diseño aparece en la circunstancia de grandes cambios en el terreno de la ciencia, su aplicación técnica y de los intentos por sistematizar el conocimiento, como también el de la aparición de las vanguardias artísticas que dan un vuelco enorme a principios heredados a través de los siglos. Es así que las condiciones ineludibles para la aparición del concepto de diseño solo pudo plantearse en el desarrollo industrial de fines del siglo XVIII donde surge la necesidad de utilizar los nuevos materiales industriales con la producción mecanizada que plantearon problemas estéticos completamente nuevos y se acabó con el concepto viejo de naturaleza en cuanto a revelación del orden inmutable de la creación con el que el mundo era solamente un escenario para la vida del hombre, en el que la naturaleza estaba completa y solo le cabía al hombre interpretarla y no modificarla ni con el pensamiento.

Gillo Dorfles, dice que la idea de diseño está asociada a tres factores: primero, la iteración del producto, que implica que debe ser susceptible de reproducirse indefinidamente a partir de un prototipo. El segundo es el de fabricación exclusivamente mecánica, "normalización" que impide toda posibilidad de variación individual. El tercer factor, es el de la cualidad estética que el diseñador propone desde los inicios en contra de la intervención manual propia de la artesanía<sup>1</sup>.

Juan Acha en su obra *Introducción a la Teoría de los diseños*, le da a este fenómeno un sesgo de carácter estético, por lo cual menciona sus productos como frutos de una nueva división del trabajo estético especializado, que empezó a germinar cuando

---

1 Dorfles Gillo, El diseño industrial y su estética. 3ª. Ed., Labor. Barcelona caps. 1-3.

la cultura de Occidente necesitó profesionales capaces de introducir recursos estéticos en los productos industriales. Los diseños conjuntan el trabajo estético con el industrial masivo insertándolo en la base material de la sociedad.

Como consecuencia de una nueva división del trabajo, los productos del diseño al igual que los de las artes y las artesanías se presentan como un fenómeno sociocultural y estético. Si el diseño moderno fue la respuesta a las necesidades de la producción industrial, también lo fue a las inquietudes y esfuerzos de algunos artistas que renegaron y rechazaron la monótona falta de sentido y forma de los objetos fabricados en serie por la máquina. Nos percatamos de que en estas circunstancias se da un sentimiento contradictorio de rechazo y atracción marcando toda la historia de formación del diseño moderno que se da en medio de la fascinación por el progreso y el vértigo de la enajenación.

### El Diseño como actividad proyectual

Tomás Maldonado en su definición sobre el Diseño Industrial que redactó para el Congreso del ICSID (*International Council of Societies of Industrial Design*) de 1961, utilizó para tal fin, la acepción actividad proyectual. Más adelante en Alemania en su conferencia “El problema actual de la configuración formal” definió nuevamente al Diseño Industrial como una actividad proyectual.

El método “proyectual”<sup>2</sup> podemos definirlo como un proceso de programación racional que teniendo, como propio, un lenguaje particular, conduce a la producción industrial de bienes y servicios. Por esta razón se puede considerar a este proceso como una secuencia ordenada de toma de decisiones que están supeditadas a etapas creativas y técnicas. Las primeras basadas en la búsqueda de alternativas y en las segundas como la implementación material de aquellas alternativas regidas por la estricta racionalidad y funcionalidad. Si el proyecto es el plan para la ejecución de una obra u operación, el Diseño es el plan destinado exclusivamente a la configuración de una obra de carácter formal, a una forma visual o audiovisual, bidimensional o tridimensional.

El término Diseño implica el proceso de creación y elaboración por medio del cual el hombre traduce un propósito en una forma y no como frecuentemente se usa: como si diseño fuera el objeto, expresión final de una forma visible. Para nosotros, el término Diseño no denomina al objeto emergente de la actividad proyectual, más bien al proceso mencionado arriba.

La etapa creativa como parte del método “proyectual” debería ser de carácter lineal, pero presenta en su accionar aproximaciones sucesivas, aleatorias, operaciones en serie y pasos de programas que se repiten con el fin de lograr

satisfacer una condición previamente determinada. Además algunos autores incluyen como parte del método una etapa de incubación de ideas, que se procesa al margen de la conciencia del sujeto y que permite que se incorporen al método procesos subjetivos que dan como resultado el alumbramiento de propuestas innovadoras, no programadas ni programables, que no pueden ser explicadas en términos de racionalidad. Que están más vinculados a la sensibilidad y a la emotividad. Y son imposibles de cuantificar.

Dice Wolfgang Jean Stock en la introducción del libro de Otl Aicher, *El mundo como proyecto*: Diseñar significa establecer entre el pensar y el hacer una mutua referencia. La estética sin ética se aproxima al fraude. Lo que interesa es el producto en su integridad, no únicamente su forma exterior. El criterio del uso incluye también los efectos sociales y ecológicos “El diseño se relaciona a la situación cultural de una época, al tiempo al mundo. El mundo actual se caracteriza por su hallarse en permanente proyecto. La civilización actual es algo que han hecho, y, por tanto, proyectado, los hombres. La calidad de los proyectos es la calidad del mundo.

El diseño como ciencia y técnica vive de la argumentación, tiene un fundamento.

El diseño se relaciona con circunstancias, está emparentado al lenguaje, y el lenguaje mismo vale tanto como su capacidad de reproducir circunstancias. Su eficacia consiste en poder reproducir incluso aquellas circunstancias que antes no había llegado a expresar. Se mide por el grado de sus aciertos. Los intentos de manejar el lenguaje prescindiendo del contenido, como en el arte abstracto, pueden darse como fracasados.

El diseño consiste en adecuar los productos a las circunstancias a que están adscritos. Y esto significa sobre todo adaptarlos a circunstancias nuevas, en un mundo que cambia, también los productos tienen que cambiar. (Otl Aicher, *El mundo como proyecto*. 1997).

El hombre es el único ser que proyecta, y su capacidad de proyectar es lo que le ha permitido sobrevivir en el mundo, el cual se le presentó hostil y lo obligó a recurrir a inventar y producir artefactos que le permitieron, además, aumentar su potencial predador y conquistador.

Como se ha mencionado ya, para el logro de este proceso fue necesario la adquisición del Lenguaje y el desarrollo de la capacidad de simbolizar, representar y representarse en la realidad mediante signos que fue construyendo a través de varios milenios. Ello implicó, además, una organización social que sostuviera todos aquellos pasos indispensables para la construcción y mejora del artefacto: como el trabajo organizado para la producción, la reproducción, la utilización, en función de todos los conocimientos adquiridos en la práctica, que

<sup>2</sup> Este adjetivo es un neologismo que proviene del sustantivo proyecto: Idear, trazar o proponer el plan y los medios para la ejecución de algo. De ello se desprende que Diseño es la facultad creadora de proyectar.

fueron acumulados y transmitidos. La invención y producción de los mismos ha requerido de una facultad intelectual, que mediante su operatividad prefigure un objeto inexistente con un propósito específico en el marco de un horizonte tecnológico determinado. Gustavo Valdés de León plantea algunas hipótesis como la referida al proceso de diseño como fundante de la condición humana que repercutió a través del tiempo en la modificación de su propia naturaleza social:

Si se acepta que la instancia del proyecto es la condición diferencial específica del proceso del Diseño, coincidiremos en que éste, en tanto proyecto es el acto fundante de la condición humana puesto que esta instancia es inseparable del proceso de apropiación del mundo material, mediante el trabajo socialmente organizado.

En el proceso de diseño y producción del artefacto el hombre fue modificando su propia "naturaleza" puesto que al tiempo que diseña artefactos diseña también comportamientos sociales, de donde al decir de Saussure, lo único "natural" en el hombre es que es un ser artificial, en tanto que es producto del diseño - los artefactos - que él mismo ha producido. (Valdés de León, p. 43).

## Diseño y las concepciones científica y acientífica

Se ha asistido durante décadas a las discusiones y confrontaciones acerca de cuál es la verdadera esencia del Diseño como actividad. Hay una concepción acientífica, subjetiva que la inserta dentro del campo del arte, y por el otro lado una interpretación científica, racionalista y objetiva. La primera niega la categorización de la disciplina como una actividad proyectual culturalmente integrada y de base racionalista. La exagerada valoración de su potencial estético no tiene por qué descalificarla como actividad proyectual, consideración ésta que sugiere que lo científico no es creativo, imaginativo y estético.

A pesar que la Epistemología es la encargada de verificar la división existente entre ciencia pura y tecnología (aplicación de los conocimientos científicos) en el campo meramente teórico, sin embargo en la realidad estos límites se pierden y nos hace recordar además que la ciencia y la tecnología se alimentan mutuamente.

Consideramos que el Diseño estaría comprendido como disciplina tecnológica que permite resolver problemas fácticos pero que está interrelacionada con diversas ciencias, como dice Jordi Llovet, que hablar de diseño es algo que puede hacerse a partir de cualquiera de los campos que inciden sobre él: la Sociología, la Psicología de la Percepción, la Economía Política, la Semiología, la Teoría de la Comunicación, la Teoría de la Cultura, la Estética y la Teoría del arte y el Psicoanálisis, etc. Guillermo Gonzales Ruiz considera al Diseño como ciencia nueva que amalgama el pensamiento arquitectónico-artístico, exacto y natural con los de otras ciencias, que son fundamentales para la construcción del pensamiento proyectual: la Psicología

Social, el Psicoanálisis, la Psicología de la Forma, la Morfología, la Lingüística, la Semiótica, la Ergonomía.

Mientras que en la actualidad se están dando pasos por desarrollar una filosofía de la imagen, hay que reconocer que hace falta un estudio filosófico del Diseño, que desarrolle un conocimiento profundo y reflexivo sobre la esencia del mismo en la conjugación de todas estas disciplinas mencionadas anteriormente.

## El Diseño centrado en el ser humano

El diseño encuentra su propósito y sus verdaderos principios en los valores y en la vida constitucional de los países y de los pueblos, confirmando responsabilidad a todas las naciones en la construcción de una cultura nueva que abarque todo el planeta porque el diseño está fundamentalmente asentado sobre la dignidad y los derechos humanos<sup>3</sup>. Ésta es, no solo, una nueva formulación del pensamiento del diseño que se concreta en el papel del trabajo, basado en los fundamentales principios humanos.

Olvidamos a menudo la fuerza del significado expresado en la frase: diseño centrado en el hombre, enfocando principalmente la atención en la usabilidad, reduciendo de esta manera su verdadero alcance. Sin desmerecer lo importante que es el concepto de usabilidad en el diseño comprendido dentro de lo que llamamos "el diseño centrado en el ser humano", donde desempeña un rol importante, la usabilidad que comprende lo ergonómico, lo sociológico y lo antropológico, los principios, que guían al trabajo del diseño, no están agotados aquí, pues faltaría la afirmación sobre la dignidad humana. El diseño como vía e instrumento de la vida cultural.

La calidad del diseño se distingue no sólo por la habilidad técnica de ejecución o por la visión estética sino por el propósito moral e intelectual hacia el que lo artístico y lo técnico son dirigidos. El diseño es un instrumento de la vida cultural por lo que sus productos: los artefactos y la comunicación, están al servicio de los valores humanos pues impulsan aquello que consideramos adecuado para nuestras necesidades y deseos facilitando además el intercambio de información e ideas que son esenciales para la vida civil y política. El diseño centrado en el hombre es fundamentalmente una afirmación sobre la dignidad humana, en tanto búsqueda constante de lo que puede ser construido para sustentar e impulsar la dignidad de los principios humanos, por medio de los actos que componen nuestras variables circunstancias sociales, económicas, políticas y culturales.

3 Estas son algunas de las reflexiones de Richard Buchanan del documento que a modo de ensayo preparó para la Conferencia Internacional organizada por el Foro de Educación del Diseño de Sudáfrica, en Ciudad del Cabo el 22, 24 de junio de 2002.



## Origen del Diseño

En 1851 se presentó al público la primera exposición universal en el Palacio Cristal de Londres, donde se exhibieron los productos industriales más diversos y de distintas procedencias. La respuesta, ante esta exhibición dispar, provocó muchas denuncias y críticas a la fealdad de dichos productos. Hasta entonces no había un diseño industrial propiamente dicho y de allí surgió la necesidad de atender dicha deficiencia y procurar un embellecimiento para los productos. Coincidentemente, sucedió la aparición del papel fotográfico en aquella circunstancia, que facilitó la reproducción masiva de las imágenes fotográficas y su acercamiento al diseño. Consideramos nosotros, como inicio histórico del Diseño, este año en el que se toma conciencia de lo ya previsto en el siglo XVIII por los mercantilistas y los smithianos, que aludían al uso del arte para mejorar la apariencia de los productos y las mercancías<sup>4</sup>.

Juan Acha dice que en torno al Diseño hay dos factores importantes del fenómeno sociocultural que ellos entrañan: las masas y la fotografía. Las masas son productos de la industrialización y del crecimiento de las ciudades y ellas se constituyeron en un nuevo personaje histórico, social, que se convirtieron en el centro fundamental de los productos diseñados y de discrepancia entre la burguesía, que ve en ellas gregarismo y declinación cultural; y el socialismo, que las toma como fenómeno emancipador de las mayorías demográficas. Estos factores fueron señalados por Walter Benjamín al plantear el fin del arte tradicional, y el advenimiento del arte de reproducción mecánica, que lo habría de superar<sup>5</sup>.

La fotografía, procedimiento tecnológico por naturaleza icónica, se la puede considerar un lenguaje y como tal puede tener usos estéticos o meramente comunicativos y está estrechamente ligada con los procesos del diseño. Acha da las siguientes razones de esta relación:

- a. Rompe el monopolio de los artistas o la creación de imágenes y genera técnicas que pueden devenir nuevas artes.
- b. Transforma la sensibilidad y la visión del hombre. Obliga a las artes a cambiar de rumbo.
- c. Su uso implica una actividad similar a la del diseño.
- d. Su producción mecánica y masiva es sustancial para la aparición y desarrollo del diseño audiovisual, del icónico-verbal y del gráfico.
- e. La fotografía concreta la interacción entre tecnología y arte, embelleciendo los productos industriales.

Se hizo creciente la masificación de la producción industrial ante el crecimiento de las demandas de las masas, así como también las mejoras tecnológicas de sus productos con el consiguiente abaratamiento. Del mismo modo el crecimiento de las urbes

exigió la creación de nuevos pasatiempos y entretenimientos que saciaron la avidez por imágenes del hombre de este siglo. Se inventaron el Panorama y el Diorama para satisfacer tal demanda de imágenes en un afán también por aproximar al gran público a nuevas sensaciones envolventes.

El Diseño en cuanto fenómeno social establece la correspondencia entre un estado de necesidad y un objeto de necesidad. En el estado de necesidad encontramos las necesidades materiales y las no materiales que nos llevan a definir necesidades básicas individuales como: alimentarse, vestirse, educarse, tener salud, amar y la necesidad del esparcimiento del cuerpo y del espíritu; y las básicas ambientales como: vivir en sociedad, habitar, usar objetos y comunicarse.

El Diseño responde mediante formas a las necesidades ambientales del ser humano con el mejoramiento del mismo en su medio ambiente, como medio físico y socio cultural como su creación propia, porque el fin de esta disciplina es crear una estructura física necesaria para la vida y su bienestar como individuo y como ser socialmente integrado. El Diseño debe proveer respuestas a los problemas del hombre y al fundamental: el conflicto entre sus necesidades y las libertades humanas.

Es aquí, que nos encontramos con la división de las especialidades del Diseño: el Diseño urbano, el Diseño arquitectónico, el Diseño paisajístico, el Diseño de Interiores muy vinculados entre sí; el Diseño industrial, el Diseño textil y de indumentaria; el Diseño gráfico, centrado en la publicidad y en la industria editorial, y el Diseño audiovisual.

Diseño es entonces el conjunto de acciones y reflexiones que intervienen en el proceso de creación proyectual de una obra original, sea ésta espacial, objetual o comunicacional, por lo tanto es el resultado de una actividad planificadora que conduce a programarla, idearla y materializarla mediante su construcción, su producción o su difusión por medios industriales<sup>6</sup>.

---

## DISEÑO GRÁFICO

Tomaremos para definir mejor Diseño Gráfico, la expresión de William Adisson Dwiggins<sup>8</sup> quien en 1922 la usó por primera vez refiriéndose a las actividades que él realizaba como diseñador de libros. Según Adisson su actividad aportaba a las comunicaciones impresas orden estructural y forma visual. Considero yo que dicha forma visual lograda debía adecuarse a las necesidades perceptivas de los receptores de los mensajes impresos. Es así que los profesionales serían reconocidos como tales, abandonándose expresiones generalmente usadas

---

4 Referencia tomada por Juan Acha de Margaret Rose, *Marx's Lost Aesthetic. Karl Marx & the Visual Arts*, pág. 12.

5 Walter Benjamín, *El arte en la época de la reproducción mecánica*.

como la de “dibujantes o artistas comerciales”. Ya a mediados del siglo hay un avance notable en este campo profesional al cual el desarrollo tecnológico ha contribuido a consolidar una visión más profesional y especializada, circunscrita al ámbito de la comunicación; más aún se han abierto nuevos espacios para dichos profesionales con la irrupción de la informática y la revolución digital que avanza aceleradamente cada día.

Jorge Frascara, sin embargo, sostiene que es necesario reconocer que el término “diseñador gráfico” ha contribuido a oscurecer la naturaleza de la profesión porque enfatiza en lo gráfico, en lo físico y omite otros aspectos más esenciales de la profesión, cuyo objetivo principal no es la creación de formas, sino la creación de comunicaciones eficaces que obtienen resultados perseguidos. Recomienda decir: “diseño de comunicación visual” porque es más descriptivo y esta definición incluye los tres elementos necesarios para distinguir un campo de actividad: un método, diseño; un objetivo, comunicación; y un medio, la visión.

El diseñador de comunicación visual trabaja en la interpretación, el ordenamiento y la presentación visual de mensajes, por lo tanto su sensibilidad necesaria para la forma debe ir acompañada también, con sensibilidad para el contenido. Este trabajo tiene que ver con la planificación y estructuración de las comunicaciones, con su producción y con su evaluación.

El diseñador esencialmente planea y desarrolla un evento, un acto, en el cual el público interactúa con un producto del mismo produciéndose la comunicación, lo cual nos da a pensar que el diseñador tiene como objetivo el diseño de situaciones comunicacionales a través de la interacción público-mensaje, habiendo resuelto, previamente, la interacción de los elementos visuales entre sí. Hay que tener en cuenta, que el problema fundamental no es el acto comunicacional en sí, sino el impacto que dicha comunicación tenga en el conocimiento, las actitudes, o las conductas del público<sup>8</sup>.

### Las imágenes gráficas

Las imágenes que llamamos “gráficas”, cumplen una función social, surgen para servir a demandas sociales a través de encargos públicos o privados, cuya finalidad consiste en comunicar a un público determinado, enunciados icónico-verbales con el objetivo de inducir a los públicos a adoptar determinadas conductas o a realizar acciones programadas en estrategias previstas bajo un plan comunicacional diseñado. Fomentan mediante técnicas más o menos especializadas -servicios, productos y mensajes- las imágenes

visuales que encarnan las estrategias de marketing de empresas privadas, organizaciones e instituciones gubernamentales y sociales.

Consideramos importante, también, tomar en cuenta otros roles que definen a la disciplina del diseño gráfico o diseño de comunicación visual como la que presentamos a continuación.

El diseño gráfico es una disciplina social y humanística; el arte de concebir, planear y realizar las comunicaciones visuales que son necesarias para resolver y enriquecer las situaciones humanas, lo dice Alejandro Tapia Mendoza en su ensayo *Hacia una definición del diseño gráfico*:

... Directamente anclado en el universo de la vida urbana y del desarrollo tecnológico, el diseño gráfico no se ciñe a técnicas, métodos o teorías determinadas, sino que es el arte de deliberar sobre ellas y sobre la innovación, para crear escenarios donde la producción de imágenes incide sobre la vida de la gente, sus conductas de consumo, sus hábitos de lectura y sus necesidades de información. Su núcleo epistemológico se halla entonces en la retórica, pues ésta es el arte de la deliberación para la persuasión, ... Significa que además es una disciplina teórico-práctica porque parte de conceptos y de lugares de pensamiento, se ajusta a las condiciones situacionales y su propósito es regular favorablemente la relación del hombre con su medio ambiente, con la cultura, las creencias y con las instituciones, de un modo práctico, eficiente y significativo...<sup>9</sup>

---

## CONCLUSIONES

Estas conclusiones están referidas solo a los conceptos fundamentales trabajados para sustentar el desarrollo de investigación señalado en el resumen expuesto, por lo cual abarcará lo alcanzado en la primera parte del trabajo respondiendo a los objetivos propuestos, en el afán de armar un marco conceptual indispensable para tal fin. Conforme a esta salvedad es que paso a exponer algunas de las conclusiones logradas a través de este estudio.

Las condiciones ineludibles para la aparición del concepto de diseño y el surgimiento de una nueva profesión la del proyectista o diseñador solo pudo plantearse en el desarrollo industrial de fines del siglo XVIII donde surge la necesidad de utilizar los nuevos materiales industriales con la producción mecanizada que dio lugar a nuevos problemas estéticos.

La división social del trabajo como resultado de la Revolución Industrial provocó el surgimiento de una nueva profesión: la del proyectista o diseñador. Ésta se ha manifestado en un abanico de especialidades entre las que destacan en primer lugar los ingenieros y los arquitectos, a los cuales se incorporaron los especialistas del área industrial y el de la comunicación visual más adelante.

---

6 Gonzales Ruiz Guillermo, *Estudio de Diseño*, Emecé Editores, pág 43. Tomado del libro *La imagen global* de Joan Costa, Ed. CEAC, Barcelona 1988.

7 W. Adisson Dwiggin, diseñador publicitario, tipógrafo y calígrafo nació en Ohio, USA (1880 – 1956). Fue creador de las fuentes tipográficas Caledonia, Electra y Metro. Información tomada del prólogo escrito por Alston W. Purvis para *Historia del diseño gráfico* de Philip B. Meggs y Alston W. Purvis.

8 Frascara Jorge, *El diseño de comunicación*, Ediciones Infinito, Buenos Aires, 2006, pág., 31.

9 Tapia Mendoza Alejandro, *Hacia una definición del diseño gráfico*, **Enquadre**, revista de la enseñanza de diseño gráfico, octubre 2006-abril 2007, Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño Gráfico.

El diseño apareció, además, en la circunstancia de grandes cambios en el terreno de la ciencia, su aplicación técnica y de los intentos por sistematizar el conocimiento, como también el de la aparición de las vanguardias artísticas que dan un vuelco enorme a principios heredados a través de los siglos.

El diseño combina armoniosamente el trabajo estético con el industrial masivo insertándolo en la base material de la sociedad. Y como consecuencia de una nueva división del trabajo, los productos del diseño al igual que los de las artes y las artesanías se presentan como un fenómeno sociocultural y estético.

Es así que se comprenderá ahora lo que nos ha llevado a adoptar la definición de Tomás Maldonado sobre el Diseño como actividad “proyectual” como un proceso de programación racional con un lenguaje particular que conduce a la producción de objetos y servicios. Por esta razón, se puede considerar a este proceso como una secuencia ordenada de toma de decisiones que están supeditadas a etapas creativas y técnicas.

Pero este proceso incluye, también, como parte del método, etapas iniciales que incorporan procesos subjetivos que permiten el nacimiento de propuestas innovadoras que escapan a una explicación de carácter racional porque están muy vinculadas a la sensibilidad y emotividad. Teniendo en consideración que lo que interesa fundamentalmente es el producto en su integridad, no únicamente su forma exterior. El criterio del uso incluye también los efectos sociales y ecológicos.

El diseño es un instrumento de la vida cultural por lo que sus productos: los artefactos y la comunicación, están al servicio de los valores humanos pues impulsan aquello que consideramos adecuado para nuestras necesidades y deseos facilitando además el intercambio de información e ideas que son esenciales para la vida civil y política.

El diseño encuentra también un propósito ético y de responsabilidad social y sus verdaderos principios se asientan en los valores y en la vida constitucional de los países y de los pueblos en la construcción de una cultura comprometida con la dignidad y los derechos humanos porque lo que llamamos “diseño centrado en el hombre” es una afirmación sobre la dignidad humana y sus principios.

El diseño gráfico o de objetos de comunicación se encuentra en el conjunto de especialidades del Diseño estando su actividad centrada mayormente en la publicidad, en la industria editorial y el diseño audiovisual, pero como recomienda Frascara es mejor decir “diseño de comunicación visual” porque es más descriptivo y esta definición incluye los tres elementos necesarios para distinguir un campo de actividad: un método, diseño; un objetivo, comunicación y un medio, la visión.

Significa que el diseño gráfico es una disciplina teórico-práctica, que parte de conceptos y de lugares de pensamiento ajustándose a las condiciones situacionales y cuyo propósito

es regular positivamente la relación del hombre con su medio ambiente, con la cultura, las creencias y con las instituciones, de un modo práctico, eficiente y significativo, como lo ha dicho Mendoza, cuando define esta disciplina.

---

## FUENTES DE INFORMACIÓN

Acha, J. (2012). *Introducción a la Teoría de los diseños*. México: Trillas.

Aicher, Otl. (1997). *El mundo como proyecto*. Barcelona, Edit. Gustavo Gili. S.A.

Benjamín, W. (2015). *El arte en la época de la reproducción mecánica*. Buenos Aires, Ediciones Godot

Castrillón, A. (2003) *La generación del 68, entre la agonía y la fiesta de la modernidad*. Lima. ICPNA, Banco Sudamericano.

Chaves, N. (2001). *El oficio de diseñar*. Barcelona: Gustavo Gilli.

Costa, J. (1988). *Imagen global*. Barcelona: Ed. CEAC.

Dorfles, G. (1968) *El diseño industrial y su estética* (3ª. Ed.). Barcelona: Labor.

Frascara, J. (1996) *Diseño gráfico y comunicación*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.

Franco, C. (1979). *Perú: la institucionalización de la participación popular*. Paris: UNESCO.

Meggs, Philip B, Purvis Alston W (2009) *Historia del diseño gráfico*. Barcelona: México, RM Verlag,

Mendoza T. A. (2006) *Hacia una definición del diseño gráfico, Encuadre*, revista de la Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño Gráfico

Palacios, C. (1987) *El Cubismo y el Neoplasticismo, Influencias sobre la Tipografía del siglo XX*. Tesis de bachillerato. Lima-Perú. PUCP.

Satue, E. (1988) *El diseño gráfico desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid: Alianza.

Taborda, F. (2008) *Latin American Graphic Design*. Editorial Taschen

Traugott M. (2006). *Libro de oro de la publicidad peruana*. Lima: APAP.

Fernández, S. (2008). *Historia del diseño en América Latina y el Caribe*. Blücher editora.

Tapia, Alejandro, (2005). *El diseño gráfico en el espacio social*. México D.F.: Designio Buenos Aires, Nobuko,

Valdes de León, G. (2011) *Una molesta introducción al estudio del diseño*. Buenos Aires: Nobuko

Santa Cruz, O. (s/a) *El diseño gráfico en el Perú*. [En línea]  
Recuperado en: [http://www.geocities.ws/octaviosantacruz/historia\\_diseno\\_grafico\\_peru.html](http://www.geocities.ws/octaviosantacruz/historia_diseno_grafico_peru.html) (Acceso: Abril 2017).