

Universidad Anáhuac Mayab

Escuela de Diseño

El presente documento pretende manifestar una aproximación hacia la práctica del diseño en la industria de la moda; para obtener una fundamentación teórica en la cual se basa el plan de estudios de la licenciatura en Diseño y Producción de Moda 2013.

I ¿Cuál es la posición teórica que el Programa posee sobre la disciplina? ¿De qué manera define el programa al diseño y producción de moda y cuáles son las líneas de pensamiento y autores que fundamentan dichas posiciones teóricas del programa?

A continuación, se presenta el desarrollo de la Fundamentación que aparece en la reestructuración curricular de la Red Anáhuac 2010 para las licenciaturas en Diseño:

Tradición y vanguardia en la disciplina del diseño

La cabalidad de este planteamiento debe partir de un reconocimiento histórico de la disciplina que permita comprender las tradiciones en donde encuentra su sustento, así como la evolución que ha tenido y el estado del arte que ostenta esta disciplina en el mundo contemporáneo.

Con esta finalidad el presente documento se da a la tarea de abordar los siguientes puntos:

- Las propuestas a través de las cuales se han articulado una o varias concepciones de la moda y del diseño en el ámbito académico y que se materializan en programas universitarios y su ejecución a través de prácticas concretas de enseñanza en nuestro país.
- La práctica contemporánea de la actividad del diseño de moda en el ejercicio profesional de México.

- La práctica contemporánea de la actividad del diseño de moda que se observa en los ejercicios de la vanguardia mundial del diseño.
- La necesidad de un plan de estudios derivado de una visión estratégica del diseño de moda, tanto en el ámbito docente como en el profesional.

En lo que respecta al primer punto -los modos en los que se ha conceptualizado el diseño en las propuestas académicas-, es necesario reconocer la naturaleza del diseño como un dominio de la acción humana que se distingue de otros por su especificidad. Este es un tema que se ha debatido y manifestado de diferentes maneras en los planes de estudio de diversas instituciones académicas.

Las diversas formas de comprender y definir el diseño, encuentran su origen en cuatro contextos diferenciados desde los que se han planteado, históricamente, los programas de enseñanza del diseño:

- La artesanía y su derivación tecnológica e industrial.
- La arquitectura.
- Las artes plásticas.
- Actualmente, los procesos de desarrollo e innovación.

Paradójicamente, esta complejidad conceptual se ha simplificado en una propuesta que divide al diseño en dos vertientes diferenciadas: el diseño gráfico y el diseño industrial principalmente. A partir de esta división han sido estructurados:

- La mayoría de los programas universitarios de estudios de diseño en México.
- Los organismos rectores de la profesión de alcance internacional como el Consejo Internacional de Diseño Industrial (ICSID por sus siglas en inglés) y el Consejo Internacional de Diseño Gráfico (ICOGRADA por sus siglas en inglés)
- Los organismos nacionales de acreditación como ENCUADRE - Asociación de Escuelas de Diseño Gráfico.

No obstante, en la realidad de la práctica profesional, donde el diseño soluciona una serie de problemáticas sociales, culturales, industriales y de mercado, se revela una mayor

complejidad y una demarcación menos nítida de la división gráfico/industrial. A manera de ejemplo se presenta el cuadro “*Géneros de Diseño*” en donde se identifican diversas prácticas de diseño, clasificadas de acuerdo a cuatro criterios: los títulos con los que tradicionalmente se han nombrado prácticas del diseño; áreas de especialización que son transdisciplinarias; dominios profesionales en donde se ejerce el diseño y productos diferenciados de la práctica del diseño.

Géneros del diseño

Líneas tradicionales del diseño e interdisciplina	Áreas de especialización	Dominios profesionales	Productos

-Gráfico	<ul style="list-style-type: none"> · Técnicas de representación · Técnicas de impresión · Tipografía 	<ul style="list-style-type: none"> · Publicidad · Corporativo · Mercadotecnia · Editorial · Educación 	<ul style="list-style-type: none"> · Campañas · Impresos · Etiquetas · Estampados · Imagen corporativa
-Multimedia	<ul style="list-style-type: none"> · Caligrafía · D. de marca · D. de la información · Modulación 	<ul style="list-style-type: none"> · Arte y Cultura · Moda · Tendencias · Sociedad · Sustentabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> · Libros/Revistas · Material didáctico · Ilustraciones · Cortinillas TV · Créditos cinematográficos
-Gráfico/Industrial/ Arquitectónico	<ul style="list-style-type: none"> · Ambientes · Interiorismo · Museografía 	<ul style="list-style-type: none"> · Urbanismo · Ecología · Ciencia y tecnología 	<ul style="list-style-type: none"> · Sitios web · Publicaciones electrónicas · Envases · Embalajes
-Textil	<ul style="list-style-type: none"> · Escenografía · Iluminación 		<ul style="list-style-type: none"> · Puntos de venta · Exhibidores
-Industrial	<ul style="list-style-type: none"> · D. de paisaje · D. urbano · D. de producto 		<ul style="list-style-type: none"> · Exposiciones · Escenografías · D. de interiores
-Industrial/Ingeniería	<ul style="list-style-type: none"> · Tejido · Estampado · Joyería · Mobiliario · D. de objetos · D. de transporte · Robótica · Equipo especializado 		<ul style="list-style-type: none"> · Vestuario · Accesorios · Calzado · Muebles · Enseres domésticos · Ambulancias · Robots excavadores · Equipo médico odontológico · Equipo de laboratorio · ...

Dentro de dicha clasificación, se encuentra la rama de la moda y el textil, ligada primordialmente a la industria del vestir. Debido a que en la actualidad es necesaria la especialidad en el estudio y la práctica profesional de esta área, se abordará un breve recorrido de antecedentes históricos que conforman una definición del diseño y a su vez, su integración con la moda.

Tanto el diseño como disciplina, así como la moda como concepto, tienen un punto de conexión histórico en la Revolución Industrial, aunque existen muchos aspectos relacionados. El uso de la vestimenta, rebasará las necesidades básicas del ser humano y

se convertirá en una industria de moda; así como el oficio artesanal de la confección se transformará en una profesión que deberá incluir al diseño como disciplina fundamental.

Con la finalidad de expandir y a la vez acotar la propuesta de este programa, resulta útil analizar algunas definiciones históricas de la acción del diseño reunidas por John A. Walker, así como los datos del surgimiento de la moda y su conformación como industria.

En principio, es importante establecer que la moda en el vestir, surge hacia el siglo XIV en Europa Occidental. Según Diana Fernández (2011) *“La moda en el vestir constituye el cambio periódico de vestimenta con una fuerte finalidad estética y de integración social; no surgirá hasta que existieron las condiciones socioeconómicas y espirituales que propiciaron dicha evolución”*. De acuerdo a Simon Seivewright (2012), la moda se define como una costumbre o estilo popular usado en un momento específico. Es decir, existe un círculo de renovación, en donde la innovación en las ideas de estilo y uso, determinan el cambio constante. Esta idea es lo que propicia la transformación del sastre y la costurera, que se enfocaban más al oficio de la confección de prendas de vestir para satisfacer necesidades básicas del ser humano; en la modista o modisto que comienza a proponer estos cambios de estilo en la vestimenta. El registro más antiguo de dicha transformación data de 1849 con Charles F. Worth, quien es considerado el padre de la Alta costura y se afianzó en París. Hecho que posteriormente dará paso a la creación de la Cámara Sindical de la Alta Costura, organismo que regula hasta hoy en día la industria de la moda en dicho país, desde los productos exclusivos de lujo, hasta la producción masiva; que además tiene influencia en todo el mundo y del cual tomaron el modelo muchos otros países rectores de la misma industria, como Estados Unidos de América, Italia, Inglaterra, Japón, entre otros.

Dentro de la aportación al concepto “moda”, se encuentra, en principio, la abolición de las leyes suntuarias a finales del siglo XVIII. Posteriormente comienza la democratización de la moda (que todos sus elementos puedan ser utilizados por todas las personas sin importar rango social, identidad nacional, entre otros...), además del intercambio comercial de

tejidos y materiales, la aplicación del arte en la vestimenta, el desarrollo de la producción en serie y la intención comunicativa y de expresión por medio de la imagen; cuestiones que siguen presentes en la actualidad.

Como mencionan Gilles Lipovetsky y Guillaume Erner en múltiples publicaciones, la moda además tiene un detonante sociológico, ya que no solo depende del contexto histórico, sino también del comportamiento de las personas y en cómo se expresan individual y socialmente. Por tanto, se refuerza la separación de la vestimenta por necesidad, del uso de la moda como parte de la cultura, cuestión que tiene que ver con el usuario, su entorno y sus preferencias. La integración de la sociedad, el consumo, la detección y análisis de tendencias, así como la creación de marcas y el desarrollo comercial, son aspectos muy relacionados a la institucionalización de la moda según dichos autores, lo que de igual forma propone la evolución del modisto al diseñador.

Dentro de la historia de la moda, Paul Poiret ha sido reconocido como el primer diseñador de moda, quien tuvo las aproximaciones a todos los aspectos mencionados anteriormente. Sin embargo, la figura del diseñador se afianzará con el surgimiento del *Ready To Wear*, propuesto por EUA al término de la Segunda Guerra Mundial, con una producción industrial desarrollada. Este hecho toma su impulso de igual forma con el entendimiento del diseñador que puede desenvolverse en diversas áreas.

En México, en pleno siglo XXI, la industria de la moda está cambiando y está buscando competir en el sistema global. Uno de los retos principales a los que se enfrenta, es precisamente transformarse y pasar de una industria productora a una industria creadora, en donde la figura del diseñador es fundamental. A finales del siglo XX, China afianza y abarata los costos de la producción masiva, lo que provoca que muchas de las marcas (en su mayoría estadounidenses) que producían en México, dejen de hacerlo, debido a la mejora en la oferta. Con el objetivo de rescatar a las maquiladoras, los empleos y su aportación a la economía nacional, surge la CANAIVE (Cámara Nacional de la Industria del Vestido), con delegaciones en varios estados del país, como Yucatán. La innovación de la

industria textil, la moda y el vestido, se hacen patentes en la actualidad, con temas como la conexión entre el diseño y la producción, la detección y aplicación de tendencias, la conexión con el punto de venta y el usuario, así como la creación de nuevos modelos para competir en una sistema global. Entonces, resulta pertinente valorar la definición del diseño con el objetivo de establecer la función del diseñador y su conexión con las necesidades de la industria global y nacional.

Stephen Bayley (1930), define al diseño como “lo que ocurre cuando el arte se encuentra con la industria, cuando alguien toma decisiones sobre cómo tiene que aparecer un producto fabricado en serie”. En esta definición, diseño es sinónimo de arte industrial y no se define claramente quién hace esta acción. En aquel entonces no había "diseñadores" ni escuelas que los formaran, ya que se estaba gestando el movimiento de la Bauhaus.

F. Mercer (1947), define al diseñador como “un técnico especialista en la apariencia, que es contratado por el empresario con un sólo objetivo: aumentar el atractivo del producto. Es pagado por el empresario de acuerdo al éxito del objetivo. El diseñador es prioritariamente un técnico y no un educador del gusto público.” En esta definición se aprecia el concepto del diseño de la posguerra: el diseñador al servicio del capitalismo. Como empleado, su razón de ser es el beneficio privado de la empresa. Faltan en esta definición algunos aspectos que surgieron en los años sesenta: la función del diseño, los objetivos sociales y el rol activo del usuario.

Victor Papanek (1972), dice: “Todos los hombres son diseñadores. Todo lo que hacemos, todo el tiempo es diseño porque éste es básico a toda actividad humana. Diseño es el esfuerzo consciente de imponer un orden significativo... El trabajo del diseñador es transformar el entorno humano, los objetos y al hombre mismo.” Esta definición enfatiza los efectos del diseño sobre el hombre. El diseño no es un simple cambio del entorno sino un cambio en el hombre mismo. Para Papanek el diseño es una actividad que soluciona problemas y marca la diferencia entre las variables que lo integran: el uso, la necesidad, el método, la estética y la asociación.

Este breve recorrido histórico sobre las definiciones del diseño hace patente una de las conclusiones de John Walker: "Si el diseño ha cambiado su significado históricamente, es posible que individuos o grupos propongan nuevas definiciones y nuevos objetos de estudio sobre los que se enfoque y actúe el diseño".

Pero si esto es cierto, también es necesario subrayar esta otra gran conclusión a la que llega el mismo autor: "A partir de la revolución industrial, todo diseño contemporáneo, es en sí mismo industrial, porque siempre se trata de la producción masiva, ya sea de un producto, de una información, de un conocimiento o de un servicio". De acuerdo a la crítica que hace Walker y las características expuestas por Erner y Lipovetsky, se necesita revisar constantemente la coherencia entre los conceptos diseño y moda, así como su relación con la realidad y las necesidades sociales. Si respondemos a esta invitación, podemos cambiar la pregunta "¿qué es diseño?" por esta otra más pragmática: "***¿diseño, para qué?***".

La respuesta a esta pregunta depende del enfoque desde el que se aborde. En principio, si respondemos desde la visión del diseño gráfico: para comunicar; si la respuesta se da desde la perspectiva del diseño industrial y de moda: para usar. No obstante, si se responde desde un diseño sin calificativos: para facilitar la acción entre objeto y usuario. Así, el resultado del diseño de moda específicamente, sirve para ser usado y para comunicar, de acuerdo con los postulados de Roland Barthes (1967), quien manifestó la relación entre el vestido real, el vestido escrito y la imagen, proponiendo a la moda como un sistema de significación. Otro semiólogo que apoya esta asociación es Umberto Eco (1973), quien declaró que "si la comunicación se extiende a niveles verbales y no verbales, no hay que extrañarse de que pueda existir una ciencia de la moda como comunicación y del vestir como lenguaje articulado". Cuestión que le agrega complejidad a la definición del perfil del diseñador de moda.

Más allá del calificativo utilizado, la creación de un producto de diseño siempre depende de la adquisición e integración de una serie de competencias (habilidades, actitudes,

conocimientos) que provienen o son comunes a diferentes disciplinas. Una revisión a la práctica profesional del diseño de vanguardia a nivel mundial revela la naturaleza transdisciplinaria del diseño.

El diseñador alemán Gui Bonsieppe (1993) propone en su obra *“Las Siete Columnas del Diseño”*, las siguientes definiciones que acotan el dominio del diseño sin adjetivos:

- El diseño es un dominio que se puede manifestar en cualquier área del conocimiento humano o de la acción humana.
- El diseño está orientado hacia el futuro.
- El diseño se relaciona con la innovación. El acto de diseño introduce algo nuevo en el mundo.
- El diseño está conectado con el cuerpo y el espacio, sobre todo con el espacio de la retina.
- El diseño está orientado a la acción eficiente.
- El diseño está lingüísticamente arraigado en el campo de los juicios.
- El diseño enfoca la interacción entre usuario y artefacto. El dominio del diseño es el dominio de la interfaz.

Esta compleja conceptualización del diseño debe articularse en función de las características, las problemáticas y las necesidades del mundo contemporáneo, así como su proyección al futuro. Así lo comenta Diana Fernández, 2011, “Las tecnologías de la información han integrado el mundo en redes globales, implicando nuevas estructuras en los roles sociales, ampliando sin límites las fronteras de las naciones, la cultura, el conocimiento y la información. La globalización cultural nos enfrenta a un nuevo individualismo multicultural, a la estética como expresión del ambiente tribal. En el ámbito de la moda, uno de los cambios que testimonian los valores de las sociedades actuales, es que, paralelamente a la apariencia legítima, aparecen nuevos comportamientos individuales y colectivos en ruptura con el momento anterior. Ya no hay una “sola moda”, sino “una multiplicidad de modas” igualmente legítimas.” En este aspecto, el usuario se

vuelve protagonista y reta la labor del diseñador de moda, quien ya no funciona como un simple dictador de tendencias, como se creía a principios del S.XX, sino que debe involucrarse y establecer una conexión entre la creación, el consumo y los métodos de producción y comercialización.

Según Ghyll Royd, editado por MacDonald, la enseñanza y práctica del diseño en un mundo competitivo y cambiante deben considerar los siguientes rasgos:

- **Cambios rápidos en la práctica y en la maestría básica.** La práctica del diseño está evolucionando constantemente. Las fronteras entre especialidades tradicionales se están desdibujando continuamente.
- **La competitividad local, nacional y global.** El diseño ya no es una actividad localizada; cada diseñador individual y cada gabinete de diseño compiten y tienen acceso a todos los niveles de la práctica y de la maestría.
- **La flexibilidad: intercambio de tareas y carreras.** La práctica consiste en equipos que se unen para realizar una tarea determinada, se disuelven y se reagrupan según las capacidades. Los diseñadores necesitan flexibilidad y grandes aptitudes para establecer contactos profesionales.
- **Trabajo en equipo.** Ya son pocos los proyectos que una persona puede realizar a solas. Los diseñadores deben sentirse cómodos trabajando junto a otras personas, y ser capaces de desenvolverse bien dentro del grupo en el desempeño de su actividad.
- **La importancia creciente del capital humano.** En el mundo de las tecnologías democráticas de fabricación, viviremos de las ideas: diseñar es cada vez más una cuestión de capital intelectual, y menos una cuestión de manifestar una habilidad de oficio o de artesanía.
- **La creatividad.** Los diseñadores deben tener aptitudes para crear los entornos adecuados para promocionar la mentalidad creativa y la actividad de diseño que desarrolle el tan crucial capital intelectual.
- **La abundancia de la información.** La información es ahora relativamente “barata”

y estamos bombardeados con ella continuamente. Una aptitud clave será la habilidad de “pescar con red” en este mar de información, para construir conexiones y así crear conocimientos.

A su vez, la complejidad de la industria global y del sistema de la moda actual, exige la necesidad de un diseñador con mayores competencias. “La tendencia del consumo contemporáneo hacia la fragmentación, la libertad de compra, la transformación y la utilización combinada de prendas de vestir para marcar identidades y pertenencias exigen, tanto un cambio en la producción, promoción y distribución del objeto moda, como al profesional que define las características de la oferta.” (Fernández, 2011). Por tanto, se introducen también conceptos como la eficiencia, la sustentabilidad y la innovación, que trascienden el estilo y la simple necesidad de cubrir el cuerpo, en la preparación profesional del diseñador de moda.

Debido a esta realidad y los principales problemas que aquejan a la humanidad, es necesario que las tendencias contemporáneas y futuras de la práctica del diseño establezcan una serie de compromisos éticos:

- Una ética global que considere la sustentabilidad del planeta y la protección del medio ambiente.
- Una ética social que considere las relaciones entre usuarios finales, productores y protagonistas del mercado.
- Una ética cultural que considere la integración racional de la dimensión global y la dimensión regional.
- Una ética social hacia la totalidad de vida del ciclo de un producto.

Por lo que toca a los ámbitos del conocimiento, la enseñanza y práctica del diseño, deben observar las siguientes cualidades:

- mantener un carácter innovador;
- transdisciplinario;

- tener conocimiento y sensibilidad hacia las interrelaciones que se establecen entre la dimensión local, regional e internacional en el que discurren las vidas de los individuos, las comunidades, las sociedades y las naciones;
- promover la relación entre diseño y desarrollo comunitario; y
- desarrollar modelos que se adapten a una realidad compleja y cambiante.

Competencias del profesionalista en diseño en el mundo contemporáneo

En función de esta realidad, las competencias profesionales generales que exige el competitivo mundo profesional contemporáneo son: la capacidad de analizar, estructurar y procesar la información; la posibilidad de adquirir visiones y competencias transdisciplinares; la investigación como función estratégica; la capacidad de mediar entre diferentes cualidades y disciplinas y el manejo y la adaptabilidad a problemas complejos.⁸ Por lo tanto, la enseñanza contemporánea del diseño debe asegurarse de generar las siguientes condiciones en el ambiente académico:

- diversidad de conocimientos, autoconfianza,
- responsabilidad hacia el propio proceso de desarrollo,
- aprendizaje centrado en proyectos,
- una enseñanza personalista que promueva la interacción entre pares a través del manejo de grupos pequeños y medianos,
- un ambiente promotor del liderazgo que promueva el desarrollo de la imaginación, la sensibilidad y la empatía, y
- un conocimiento profundo de los contextos históricos que explican la realidad local, regional, nacional e internacional.

Por lo tanto, el término “diseñador” se refiere a un individuo que practica una profesión intelectual y no simplemente un oficio o servicio para empresas. Es necesario reconocer la disciplina con todos sus atributos y campos de acción. Su aplicación es inter y transdisciplinaria. No obstante, el ritmo de las industrias actuales, demandan

competencias profesionales específicas para aplicaciones directas como lo gráfico, multimedia, industrial y/o moda, entre otros.

Con esta premisa, se justifica la división de las cuatro licenciaturas en diseño que ofrece actualmente la Escuela de Diseño de la UAM. Aunque existe un punto de partida en donde se comparte un tronco común, se especifican competencias específicas, así como el perfil de egreso que deberán cumplir. Sin embargo, lo que es un hecho, es que el diseño contemporáneo, en cualquiera de aplicaciones, debe ser estratégico.

Competencias del diseñador

A continuación, se presenta una tabla en donde se clasifican las competencias del diseñador propuestas por ICSID, BEDA y ANECA en función de los tres bloques _fundamental, profesional y electivo_ del Modelo Anáhuac que corresponden con una visión general que se tiene a nivel internacional de la formación profesional de un diseñador y se relacionan con algunos de los indicadores propuestos en el plan estratégico que el Ontario College of Art And Design (OCAD) hizo para la elaboración de su plan de estudios.

Competencias del Diseño

Fundamental	Profesional	Electivo
--------------------	--------------------	-----------------

Competencias	Indicadores	Competencias	Indicadores	Competencias	Indicadore
<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de expresión a través de diversos lenguajes. - Capacidad de conceptualización y de abstracción. - Capacidad de reconocimiento de valores estéticos. 	<ul style="list-style-type: none"> -Imaginación -Sensibilidad - Empatía - Destreza - Orden 	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de desarrollarse en un modelo de enseñanza multidisciplinario - Manejo de los códigos (verbales y no verbales) de disciplinas específicas. - Manejo de conocimientos técnicos y tecnológicos de la profesión. 	<ul style="list-style-type: none"> -Conocimientos prácticos y teóricos. - Diversidad de disciplinas. - Ejecución de calidad en la presentación de todos los proyectos. - Conocimiento y comprensión de un marco complejo de interrelaciones culturales, económicas, sociales y políticas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de independencia y autogestión. - Capacidad para especializarse en algún ámbito del diseño industrial. - Capacidad de liderazgo a nivel nacional e internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Conexiones locales, regionales, nacionales, globales. -Sustentabilidad. - Amplia cultura general. - Liderazgo.
Habilidades		Habilidades		Habilidades	
<ul style="list-style-type: none"> -Capacidad de análisis y síntesis. -Capacidad de organización y planificación. -Comunicación oral y escrita. -Capacidad para visualizar y comunicar visualmente la información. -Familiaridad con programas informáticos de relación general. 		<ul style="list-style-type: none"> -Conocimiento de una lengua extranjera. -Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio. -Capacidad de gestión de la información. -Resolución de problemas. -Toma de decisiones. -Trabajo en equipo. -Conocimiento de otras culturas y costumbres. 		<ul style="list-style-type: none"> -Trabajo en equipo de carácter multidisciplinar. -Trabajo en un contexto internacional. -Habilidad para interpretar factores conducentes a cambios socioeconómicos. -Habilidad para orientar los proyectos de diseño hacia una realidad sustentable. 	

Actitudes		Actitudes		Actitudes	
-Razonamiento crítico.		-Adaptación a nuevas situaciones.		- Reconocimiento a la diversidad y la multiculturalidad.	
-Compromiso ético.		-Liderazgo.		-Sensibilidad hacia temas medioambientales	
-Sensibilidad estética.				-Sensibilidad hacia el patrimonio cultural.	
-Aprendizaje autónomo.					
-Creatividad.					
-Iniciativa y espíritu emprendedor.					
-Motivación por la calidad.					

II ¿Cómo relaciona el Programa su modelo educativo con su propia posición o posiciones conceptuales sobre la disciplina? Es decir, ¿de qué forma las líneas de pensamiento que fundamentan el Programa influyen en los propósitos de aprendizaje, en los métodos didácticos, en el diseño del mapa curricular, en la construcción de perfiles de ingreso y egreso?

En el siguiente texto se ejemplifica cómo la postura que se toma frente al diseño que se desarrolla en el apartado “Fundamentación”, es articulada a través del modelo por competencias del cual se deriva una definición del diseño y la especificidad del ejercicio del diseño de moda a través de la puntualización del perfil del egresado de la carrera.

Competencias del diseño

Los grandes verbos que definen la profesión del diseño que aplican en el ámbito de la moda

- **Configurar** imágenes, objetos, prendas y espacios a partir de la experiencia obtenida mediante la aplicación de las operaciones fundamentales del pensamiento (observar, comparar, discernir, seleccionar) y la sensibilidad estética, desde la perspectiva de la psicología constructivista, la gestalt, la comprensión del color como fenómeno físico, perceptivo y psicológico; y la semiótica, a fin de reconocer valores estéticos y funcionales, así como visualizar, sintetizar y conceptualizar nuevas propuestas, para expresarlas a través de códigos verbales y no verbales y llevar a cabo un proceso de traducción entre dimensiones espaciales a través del uso de materiales, herramientas y técnicas a lo largo de la etapa inicial de búsqueda/exploración.
- **Valorar** el proceso de configuración y sus resultados mediante la determinación de los factores condicionantes del diseño (factores humanos, funcionales, estéticos, de producción y comercialización) desde la perspectiva de los contextos histórico, cultural, social, medioambiental, económico, tecnológico, la estética, la antropología y la mercadotecnia, a fin de definir la estrategia de diseño (organización y planificación) a través del conocimiento multidisciplinario de la profesión.
- **Comunicar** ideas, información, mensajes, experiencias mediante la determinación de los factores condicionantes de la comunicación (contexto cultural, medio/canal, códigos, la intención ética y la responsabilidad social) desde la perspectiva de la retórica, la semiótica y la mercadotecnia, con el fin de articular una diversidad de interacciones comunicativas (vender, informar, educar, concientizar y humanizar) a

través del uso de códigos analógicos y digitales de representación 2D y 3D (escritura, dibujo, artes plásticas, gráfica, modelismo/simulación, patronaje y confección) a lo largo de las etapas de configuración, gestión y difusión.

- **Gestionar** la producción del diseño de moda, mediante la determinación de los factores condicionantes de la administración (tiempo, materiales, procesos, mercado, costo, financiamiento) desde una perspectiva interdisciplinaria, integrando la ingeniería, la tecnología, la mercadotecnia, la administración y la normatividad legal, con el fin de hacer viable la propuesta de diseño en el ámbito proyectual, productivo y comercial, a través del uso de técnicas y medios de confección, de conocimiento de marca y mercado, normativas, además de herramientas de control de proyectos (recursos humanos y materiales) desde la perspectiva ética, sustentable y responsable socialmente, durante todas las etapas que intervienen en el sistema de la moda.

Competencias mínimas del diseño

De lo anterior se desprende la siguiente tabla de competencias mínimas para el diseño, independientemente de su aplicación. En Perfil de Actitudes se presentan las actitudes indispensables que deben permear la adquisición de competencias:

CONFIGURAR	VALORAR	COMUNICAR	GESTIONAR	PERFIL DE ACTITUDES
-Expresarse a través de diversos lenguajes -Conceptualizar y abstraer -Visualizar y sintetizar la información	-Reconocer valores estéticos -Desarrollarse en un modelo de enseñanza multidisciplinario -Organizar la acción del diseño	-Manejo de códigos (verbales y no verbales) de disciplinas específicas -Comunicar visualmente la información -Trabajo	-Manejo de conocimientos técnicos y tecnológicos de la profesión -Capacidad de gestión de la información -Capacidad para	-Tomar decisiones -Trabajar en equipo -Resolver problemas -Capacidad de independencia y autogestión

	-Reconocer contextos disciplinarios y culturales diferenciados	colaborativo en equipo	planificar y evaluar procesos y resultados de la acción de diseño	-Capacidad para especializarse en algún ámbito de diseño -Capacidad de liderazgo a nivel nacional e internacional
--	--	------------------------	---	--

Definición de la disciplina del diseño

El diseño es una disciplina de naturaleza innovadora que encuentra sus fundamentos en los procesos de configuración y valoración inherentes al proceso creador, es decir, a la generación de conceptos, contruidos en función de factores humanos, funcionales, estéticos y de producción, que hacen patente su naturaleza multidisciplinaria a fin de encontrar, en ese diálogo entre disciplinas, nuevas soluciones a las necesidades del mundo contemporáneo comprometidas con el bienestar humano.

El diseñador es un experto en el manejo de códigos de expresión y valores estéticos que centra su esfuerzo en el aspecto humano de sus creaciones y que, al tomar en cuenta los factores condicionantes del diseño (materiales, procesos, mercado, etcétera), le permite configurar datos y convertirlos en sistemas complejos de información que van desde el diseño de utensilios domésticos, vestimenta y equipos especializados, hasta el diseño de procesos de producción industrial, de comunicación y comercialización de productos y servicios enfocados en la sociedad moderna. El diseño es una actividad estratégica para el desarrollo económico, social y cultural de la humanidad y como tal, el diseñador es un estratega que coordina y gestiona proyectos complejos al servicio del bienestar humano.

Finalmente, el diseño es la interfase que conecta la dimensión humana con la técnica y la tecnología presente en la diversidad de manifestaciones culturales de nuestra contemporaneidad. El diseño es una profesión que debe obedecer a los problemas y

necesidades apremiantes que se manifiestan en el contexto local, regional y global en la actualidad.

Especificidades del diseño de moda

A partir de esta definición genérica de la disciplina del diseño, es necesario señalar la especificidad del diseño de moda. Como se observa en la tabla “Géneros del diseño”, la división se realiza a través de los campos de acción y en función del tipo de productos que se obtienen como resultado del proceso de diseño. Al hacer un estudio de dichos “géneros”, se pueden inferir las competencias específicas de cada una de las carreras en función del perfil del egresado que se desea preparar como Universidad. Con base en dicho análisis, en seguida se presenta la definición del egresado Anáhuac para la licenciatura en Diseño y Producción de Moda.

Definición del egresado Anáhuac en Diseño y Producción de Moda

El egresado de diseño y producción de moda de la Universidad Anáhuac será capaz de configurar, valorar, comunicar y gestionar:

Los elementos constitutivos de un sistema de imágenes (principios compositivos, ilustración, fotografía, dibujo digital, etc.), que deberán plasmarse en una diversidad de productos (colecciones de moda en diversas líneas de producto, estilismo editorial y publicitario, imagen de marca, entre otros).

El diseño en función de los factores implicados en la producción (factor tecnológico y comercial), difusión (factor social) e interacción (factor humano) de productos de moda que ofrezcan soluciones integrales que apliquen la ética y la responsabilidad social dentro de la industria, conectando todas las fases del sistema de la moda y proponiendo soluciones eficaces y eficientes.

Un pensamiento crítico que permita trascender las tendencias del mercado, a fin de generar propuestas que resulten innovadoras porque están comprometidas con la riqueza cultural de la región y de la nación, al promover cambios benéficos para la sociedad y la industria.

Por tanto, “El Licenciado en Diseño y Producción de Moda Anáhuac es una persona con una sólida formación profesional, intelectual, humana, social y espiritual; que busca ante todo la verdad y el bien; y se empeña en ejercer su liderazgo para la transformación de la sociedad y la cultura. El diseñador de moda y producción Anáhuac crea y gestiona estrategias para el desarrollo de proyectos, diseño, producción, marketing y comercialización de la moda, a través de equipos multidisciplinarios, que se caractericen por un manejo ético de la información, la sensibilidad hacia la cultura y las necesidades en los niveles: local, regional, nacional e internacional”.

Aplicaciones al plan de estudios 2013

La principal fortaleza del programa de estudios radica en la estructura de los tres bloques: fundamental, profesional y electivo. Esta estructura acota los tres momentos fundamentales de la formación universitaria en los términos de las asignaturas que son esenciales a la disciplina, aquellas que son profesionalizantes y finalmente, las electivas que brindan la oportunidad de ofrecer especializaciones de salida y experiencias interdisciplinarias. Desde el tronco común y las materias básicas, se mantiene una afinidad en contenidos, lo que coincide con la perspectiva descrita en el punto *“Planteamiento conceptual de la disciplina del diseño”* en donde se reconoce la naturaleza interdisciplinaria del diseño y brindan un potencial de flexibilidad y versatilidad que permite adaptar los contenidos hacia las situaciones cambiantes que exige el mercado y la sociedad. Además propone una practicidad en la elección de las electivas profesionales a cursar entre disciplinas. La flexibilidad implícita en las materias electivas, ofrece un potencial para promover programas multidisciplinarios con otras Facultades y Escuelas de

la Universidad.

De las fortalezas detectadas en el estudio comparativo realizado entre universidades de la región y universidades internacionales, se señalan los siguientes puntos que el nuevo plan de estudios deberá tomar en consideración:

- La naturaleza teórico-práctica del diseño.
- La naturaleza multidisciplinaria del diseño.
- El diseño como actividad estratégica para el desarrollo económico, social y cultural de la humanidad.
- La disciplina del diseño como modelo de investigación acción.

Lo anterior apunta hacia la necesidad de articular un modelo educativo que tenga las siguientes características:

1. Un modelo educativo en donde los talleres de diseño constituyan el espacio académico en donde se lleva a cabo la síntesis de la adquisición de competencias y conocimientos generados en otras áreas.
2. Un modelo educativo que enfatice la realidad teórico-práctica en todas las materias del plan de estudios específicos de la carrera.
3. Un modelo educativo que enfatice la realidad multidisciplinaria del diseño sustentada en el diálogo e interacción de las diversas competencias involucradas.
4. Un modelo educativo que integre las habilidades de expresión escrita, lectura crítica e investigación en todas las materias.
5. Lo anterior debe reflejarse en una estructura académica que permita discernir y

reconocer las diversas competencias en áreas específicas.

6. De acuerdo al perfil de ingreso y de egreso, deberán establecerse las competencias profesionalizantes del diseño de moda, que se concretarán en la integración de una serie de cursos específicos y en la identificación de especializaciones de salida.
7. Determinar el porcentaje de materias fundamentales y considerar las necesidades de seriación de contenidos.
8. Deberán especificarse posibilidades de especialización de salida en algún dominio del diseño de moda que correspondan con el perfil de egreso.
9. Las especializaciones de salida deberán promover la apertura de programas de posgrado.
10. Deberán diseñarse estrategias que permitan articular en el plan de estudios el contacto, el conocimiento y la sensibilidad hacia la realidad local-global, que se enfatiza en la visión contemporánea del diseño, así como los problemas éticos que se enfrentan, manifestando el compromiso con el bienestar del individuo, la sociedad, el género humano y el cuidado y la conservación del medio ambiente.
11. Deberán contemplarse proyectos de vinculación profesional, con empresas y marcas locales, regionales y globales; así como eventos plataforma de exhibición de la profesión (desfiles, exposiciones, lanzamiento de productos, etc.)
12. Deberá contemplarse el intercambio académico con otras universidades a nivel regional, nacional e internacional.
13. Deberá contemplarse un programa de complementación académica que asegure la

constante actualización del estado del arte de la profesión.

14. Deberán contemplarse estructuras flexibles que permitan integrar a las actividades académicas proyectos especiales con profesionistas invitados de renombre nacional e internacionalmente y con otras instituciones educativas y empresariales a fin de promover vínculos y experiencias a nivel local, regional, nacional e internacional.

Bibliografía

ANECA (2004). Proyecto para la planificación de una titulación de grado en España. Libro Blanco de una titulación de grado en España según el modelo derivado del Protocolo de Bolonia para la creación del Espacio Europeo de Educación Superior. Cuestionario sobre Competencias Genéricas y Específicas del perfil profesional del diseñador. Obtenido de: http://www.disseny-upc.net/gimmaster/ftp_gsd/informacion/ze/doc_Apuntes/documentos_03/aneca/ANECA_Cuestionario%20dise%F1o%20-%20acad%E9micos.doc.

Barthes, R. (2003). El sistema de la moda y otros escritos. Barcelona: Paidós.

Bonsiepe, G., (1993). Las siete columnas del diseño, México: UAM Azcapotzalco.

Eco, U. (1973). Signo. Barcelona: Editorial Labor.

Erner, G., (2004). Víctimas de la moda. Cómo se crea y porque la seguimos. Barcelona: GG Moda.

Fernández, D. (2011). El diseñador de moda. Origen y evolución. Madrid.

ICSID (2008). Obtenido de:

http://www.icsid.org/about/about/articles31.htm?query_page=1

Lipovetsky, G., (2006). El imperio de lo efímero, La moda y su destino en las sociedades

modernas. Barcelona: Editorial Anagrama.

Ontario College of Art & Design (2006). *Leading in the Age of Imagination: A Strategic Plan for the Ontario College of Art & Design (OCAD) 2006 – 2012*, Approved by the Board of Governors. Obtenido de: http://www.ocad.ca/about_ocad.htm

Seivewright, S., (2012). *Diseño e investigación* (2a. ed.). Editorial Gustavo Gili.
<https://elibro-net.eu1.proxy.openathens.net/es/lc/mayab/titulos/45505>

Stuart, M. (2004). “La formación en diseño en Europa” en *Temas de la Europa de Hoy*. BEDA.

Walker, J., (1989). *Design History and the History of Design*, London: Pluto Press.