

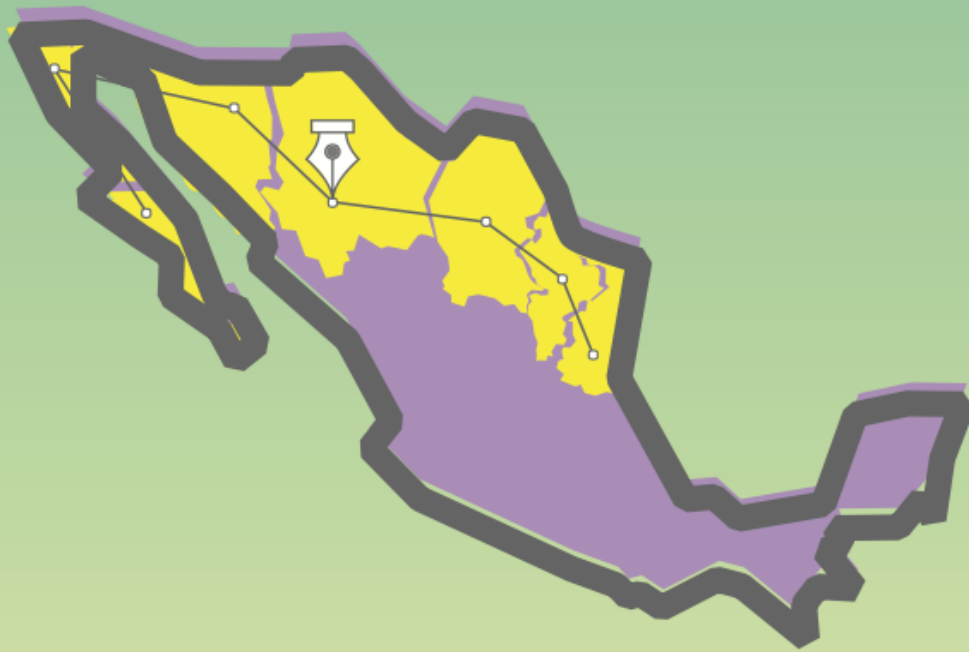
# DISEÑO GRÁFICO

## EN LA FRONTERA NORTE DE MÉXICO

**Coordinadoras:**

Verónica Lizett Delgado Cantú

Martha Patricia Alcaraz Flores



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

Primera edición UANL, 2024

Diseño gráfico en la frontera norte de México / Verónica Lizett Delgado Cantú, Martha Patricia Alcaraz Flores, coordinadoras.

Monterrey, Nuevo León : Universidad Autónoma de Nuevo León, Universidad Autónoma de Baja California, 2024.

180 páginas ; 16 x 23 cm.

ISBN: 978-607-27-2416-7

1. Arte comercial – México  
I. Delgado Cantú, Verónica Lizett

2. Artes gráficas – Orientación profesional y vocacional  
II. Alcaraz Flores, Martha Patricia

LCC: NC998.6.M6 D57 2024

Dewey: 741.6

**UANL**

Santos Guzmán López

**Rector**

Juan Paura García

**Secretario General**

Jaime Arturo Castillo Elizondo

**Secretario Académico**

José Javier Villarreal

**Secretario de Extensión y Cultura**

Antonio Ramos Revillas

**Director de Editorial Universitaria**

Verónica Lizett Delgado Cantú

**Directora de la Facultad de Artes Visuales**

- © Universidad Autónoma de Nuevo León
- © Universidad Autónoma de Baja California
- © Los autores y las autoras, por sus textos incluidos en este tomo.

Esta publicación fue revisada bajo la modalidad de pares ciegos.

**Dirección de Editorial Universitaria UANL**

Padre Mier 909 Pte. esquina con Vallarta

Centro, Monterrey, Nuevo León, México

C.P. 64000 Teléfono: 818329 4111

e-mail: editorial.uanl@uanl.mx

Página web: editorialuniversitaria.uanl.mx

**Dirección UABC**

Av. Álvaro Obregón s/n Colonia Nueva

Mexicali, Baja California, México

C.P. 21100 Teléfono: 686 553 44 61, 686 553 46 42

Página web: www.uabc.mx

Se prohíbe la reproducción total o parcial de esta obra —incluido el diseño tipográfico y de portada— sin el permiso escrito por el editor.

Hecho en Monterrey, Nuevo León

*Made in Monterrey, Nuevo León*



**FACULTAD DE  
ARTES VISUALES**



**FAD** Facultad de  
Arquitectura  
y Diseño



# Contenido

<b>Prólogo</b>	7
<b>Capítulo 1</b> Habilidades y requerimientos del diseñador gráfico para acceder a mejores oportunidades de empleo en el noroeste de México	11
<b>Capítulo 2</b> Análisis de las competencias generales y específicas del diseñador gráfico formado en la Universidad Autónoma de Nuevo León	27
<b>Capítulo 3</b> Perfil de egreso del diseñador gráfico basado en las necesidades de las MiPyMEs de la ciudad de Monterrey	43
<b>Capítulo 4</b> Análisis comparativo de los programas educativos relacionados al diseño gráfico en las IES del estado de Tamaulipas	57
<b>Capítulo 5</b> Prospectiva del diseño gráfico en la zona fronteriza de Baja California	81
<b>Capítulo 6</b> Proceso de reforma curricular de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad Autónoma de Coahuila (UAdeC)	101
<b>Capítulo 7</b> Información, diseño y mediaciones digitales: hacia el estudio mediado sobre temas de diseño	117
<b>Capítulo 8</b> Percepción de los diseñadores gráficos sobre aspectos propios de la profesión en Ensenada, Baja California, México	143
<b>Capítulo 9</b> Vinculación entre el diseño gráfico y la industria maquiladora en Ciudad Juárez: Investigación y acción	167

# Capítulo 9

## Vinculación entre el diseño gráfico y la industria maquiladora en Ciudad Juárez: Investigación y acción

Mtro. Salvador Edmundo Valdovinos Rodríguez

*Universidad Autónoma de Ciudad Juárez  
Instituto de Arquitectura, Diseño y Arte*

### RESUMEN

El presente capítulo, presenta un proyecto de vinculación entre la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (UACJ) y la industria maquiladora, llevado a cabo en el Programa de Diseño Gráfico de dicha universidad. El proyecto es concebido con la intención de realizar aproximaciones, tanto a la industria, como a la comunidad universitaria, para así lograr comprender ambos entornos y discernir los puntos críticos que requieren atención, fomentando la investigación e interacción entre la academia y el sector industrial. La metodología adoptada es la investigación y la acción, dando inicio con diagnósticos que han orientado las primeras actividades llevadas a cabo tanto en la universidad, como en la industria, con una perspectiva a corto, mediano y largo plazo. Durante este proceso, se han identificado necesidades y oportunidades que se entrelazan e interactúan entre sí. Sin embargo, también han surgido mitos y percepciones en ambas partes, lo que representa desafíos que requieren abordajes decoloniales, dirigidos a cuestionar y modificar paradigmas existentes para allanar el camino hacia una colaboración más efectiva. Esta actividad de vinculación ha permitido identificar requerimientos en las competencias de los egresados, así como oportunidades que amplían las posibilidades de intervención en la industria, enriqueciendo la percepción sobre el diseño gráfico entre educadores, estudiantes y empleados de las empresas, con el fin de facilitar la colaboración y la innovación en el entorno industrial.

**Palabras clave:** diseño, información, industria maquiladora, vinculación, investigación, educación

**E**l concepto de vinculación constituye el fundamento primordial de las instituciones educativas, cuya misión reside en formar individuos capaces de satisfacer las necesidades sociales, económicas, ambientales y políticas de la comunidad, desde una óptica sustentable, además de respaldar la inserción de los egresados en los sectores productivos locales. Tradicionalmente, la vinculación se ha asociado principalmente con las áreas de ciencia y tecnología, siendo las carreras de ingeniería las que han establecido una sólida tradición de colaboración entre la universidad y la industria, de la cual se pueden extraer valiosas lecciones.

Sin embargo, es igualmente relevante reconocer el potencial de colaboración que todas las disciplinas universitarias, incluyendo las áreas sociales, pueden tener con la comunidad, especialmente con los trabajadores de la industria maquiladora, que conforman comunidades de considerable tamaño, oscilando entre 200 y 4000 individuos. Estas comunidades, representan un vasto campo de necesidades, pero también de posibilidades para el desarrollo y mejora de la calidad de vida en diversos aspectos, tales como salud, seguridad, cultura, educación, familia y desarrollo en general.

La visión 2024 de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (UACJ), plantea ser un referente nacional en la formación de estudiantes comprometidos éticamente con el mejoramiento de la calidad de vida de sus comunidades, así como en la generación de conocimiento innovador y pertinente que contribuya a resolver problemáticas reales del entorno, y en la vinculación y extensión con los diversos sectores de la sociedad.

Dentro de este marco, se vislumbra claramente la necesidad de establecer una vinculación entre el programa de diseño gráfico y la industria maquiladora ubicada en Ciudad Juárez. La investigación se presenta como una herramienta fundamental para obtener información sobre las necesidades y requisitos que faciliten esta conexión, así como para identificar las acciones que mejor se adecuen al trabajo colaborativo, con el objetivo de contribuir al desarrollo de la comunicación visual, mejorar la productividad y la calidad de vida de los empleados de la maquila, al mismo tiempo que se elabora un programa académico relacionado al diseño, que incorpore competencias específicas para la industria.

Por consiguiente, este proyecto se fundamenta en la investigación y la acción. En un principio, la investigación nos brinda un entendimiento de la situación actual en las dimensiones humanas, tecnológicas y de sustentabilidad de ambos entornos -académico e industrial-, lo cual permite posteriormente diseñar acciones, que abran posibilidades para crear un proceso de integración efectivo y de desarrollo mutuo.

El proyecto se gestó en el año 2016 al identificar una brecha entre los estudiantes del programa de diseño gráfico y la industria maquiladora, a pesar de que esta última proporciona el 69% de los empleos formales en Ciudad Juárez, así como significativas oportunidades de desarrollo. Además, se percibió la necesidad de informar a la industria maquiladora, sobre el potencial del diseño gráfico para contribuir a la comunicación

visual en las empresas. De esta manera, se planteó el propósito de conectar a los estudiantes de diseño gráfico de la UACJ, con la industria maquiladora.

La vinculación entre la universidad y la industria, abre posibilidades para la aplicación del conocimiento a la par de la tecnología generados en el ámbito académico, promoviendo así la innovación, junto con el desarrollo para todas las partes involucradas. Fabián Bautista (2020) del CETYS Universidad, ha llevado a cabo un trabajo previo de vinculación en Tijuana, donde ha desarrollado estrategias de colaboración e intervención de los estudiantes, en la industria maquiladora, sirviendo como modelo a seguir. Bautista (2020) propone ocho puntos para el desarrollo de un proceso de vinculación entre la universidad y la industria:

1. Desarrollar una comunicación clara, concisa y precisa con el personal de las empresas.
2. Enfatizar el impacto cualitativo de la intervención del diseño gráfico.
3. Negociar siguiendo los protocolos de la universidad y las empresas, cuidando los objetivos académicos y las limitaciones, sin comprometer a los estudiantes.
4. Realizar una gestión basada en la planificación estratégica.
5. Fundamentar la vinculación en la colaboración y disposición, manteniendo una actitud de ganar-ganar.
6. Administrar el tiempo y la toma de decisiones, en el desarrollo de las acciones de intervención e investigación.
7. Establecer convenios específicos de vinculación y confidencialidad.
8. Difundir los resultados como parte de la responsabilidad social.

Estos puntos han orientado la labor de este proyecto. Las características tanto de la industria maquiladora, como de la universidad, determinan los procedimientos necesarios para lograr el éxito. Los investigadores deben desarrollar habilidades de gestión y establecer relaciones cercanas, identificando las oportunidades que surgen a medida que avanza el proyecto.

Para ello, es esencial comprender el complejo entramado de normas, culturas organizacionales, percepciones, redes, sistemas de información, capacidades de liderazgo y ejecución, entre otros factores, que influyen en las actividades de vinculación (Cabrero et al., 2011, párr. 9), convirtiendo así la investigación en un desafío para obtener información de todas las partes involucradas y sus entornos, en un contexto de cambio acelerado.

Este trabajo de investigación requiere una perspectiva integral, que permita abordar el tema de manera profunda, considerando todos los factores que intervienen en la vinculación entre estos dos campos. En este sentido, se ha adoptado la perspectiva decolonial como plataforma conceptual, que revela prácticas, así como pensamientos limitantes en nuestra visión y en la realización misma de la investigación. Mignolo y Walsh (2018, p. 17) definen la decolonialidad como las formas de pensar, saber, ser, hacer que precedieron y coexisten con la empresa e invasión colonial, implicando el reconocimiento, la desarticulación de estructuras jerárquicas de raza, género, heteropatriarcado, clase; que siguen controlando la vida, el conocimiento, la espiritualidad y el pensamiento. Estas estructuras están intrínsecamente entrelazadas con el capitalismo global y la modernidad occidental.

La perspectiva decolonial nos permite considerar los protocolos culturales, tanto de las comunidades de trabajadores, como de los estudiantes, así como las formas de pensar anglo-eurocéntricas, que pueden influir en la interacción con estas comunidades. Se trata de reconceptualizar la forma en que nos relacionamos con ellos, restaurando, renovando, centrando sus modos de ser, pensar y hacer de manera respetuosa, además de significativa (Battiste, 2013). Es crucial ser conscientes y responsables al identificar nuestras propias perspectivas, al considerar las historias de los trabajadores y sus comunidades, así como en el diseño mismo de la investigación, asegurándonos de reflejar auténtica, ética y respetuosamente sus experiencias. Esto puede implicar la incorporación de representantes de la comunidad investigada en el equipo de investigación en una acción transdisciplinaria, para escuchar y comprender las dimensiones humanas de su participación en el proyecto.

Además de la perspectiva decolonial, se ha integrado la filosofía del pragmatismo como un marco para entender la teoría y la práctica del diseño en este estudio. El pragmatismo, enfatiza la importancia de la práctica y la experiencia en la comprensión de los fenómenos, alineándose con la manera en que los diseñadores interactúan con su entorno. Desde esta perspectiva, el pragmatismo deweyano, así como las obras de Shön (1983) y Buchanan (1995) son relevantes en el campo del diseño y el arte, ya que explican cómo el conocimiento surge de la interacción con las situaciones a la par de las experiencias de la población, a través de un proceso iterativo de exploración y experimentación.

La metodología que mejor se ajusta a esta perspectiva decolonial y pragmática es la Investigación Acción Participativa (IAP), que permite construir cada paso del proceso investigativo a medida que se avanza y facilita una comprensión más profunda del fenómeno estudiado. Esta metodología, cada vez más utilizada en el ámbito del diseño, responde a un público activo e interesado, fomentando la investigación colectiva sobre la individual (Armstrong y Stojmirovic, 2011, p. 13).

Estos tres conceptos de manera entrelazada facilitan el entendimiento de lo que la comunicación visual puede hacer en la industria. Existen tres referentes que han

generado una revolución en la industria. Primero fue la Fábrica Visual de Greif (1990) que transformó el trabajo en equipo y la participación de los empleados con diseño de la información, luego las 5S de Hirano (1997), filosofía enfocada en la organización, orden, limpieza para apoyar la producción. Después la Manufactura Esbelta, que basada en recursos gráficos y la comunicación visual ha transformado los procesos productivos. Y es que la comunicación visual facilita la interpretación de la información, porque las imágenes conectan de manera inmediata con objetos o ideas, y de esta manera, agilizan la forma de interactuar con los compañeros, los procesos productivos y mejoran la calidad de vida de la comunidad en la empresa.

La metodología empleada en este estudio es de tipo descriptiva, con un enfoque cualitativo que busca comprender las percepciones tanto de las personas de la industria, como de la comunidad universitaria. Además, se incluyen datos cuantitativos para evaluar el alcance y el impacto potencial de las acciones de vinculación. El proyecto contempla iniciar con una fase de investigación para elaborar un diagnóstico que oriente las acciones de vinculación. Sin embargo, no es necesario completar la investigación antes de comenzar las acciones; ambas actividades se llevan a cabo simultáneamente, es decir, se recolectan datos, mientras se planean, diseñan e implementan las acciones. Estas acciones, a su vez, se convierten en fuentes de información que enriquecen dinámicamente el conocimiento en un enfoque de investigación-acción (IAP).

De acuerdo con Zapata y Rondán (2016) la IAP, también conocida como Investigación-Acción o Investigación Participativa, se basa en tres aspectos fundamentales:

1. Respeto a las diferentes formas de producir conocimiento y reconocimiento del valor de cada una.
2. Promoción de la participación democrática en la producción del conocimiento, en una relación horizontal entre el investigador y los participantes.
3. Búsqueda de la transformación y mejora de la situación de la comunidad participante.

Esta metodología, aplicada en diversos campos y comunidades, se caracteriza por su enfoque participativo, junto a su compromiso con el cambio social y el empoderamiento de las comunidades involucradas (Reason y Bradbury, 2001). No se define por una metodología específica o técnicas de investigación, sino por su orientación hacia la acción y el cambio.

La metodología de investigación-acción permite comenzar con una actividad, sin la necesidad de planificar todas las acciones de antemano; más bien, los resultados de cada fase determinan los siguientes pasos a seguir. Se construye un plan de trabajo paso a paso, con flexibilidad y reflexión continua sobre los logros obtenidos.



El estudio se divide en dos partes: la inmersión en la industria y sus comunidades: que incluyen a operadores, supervisores, gerentes y otros actores en el entorno de las maquiladoras; además de la inmersión en la universidad y su comunidad, compuesta por estudiantes, profesores, egresados y personal administrativo. Se identifican los puntos de coincidencia y unión que favorecen la colaboración entre ambas comunidades.

### **Investigación en la industria**

El entorno empresarial de Ciudad Juárez se configura como un microcosmos complejo, conformado por diversas áreas y departamentos, en los cuales laboran grupos que van desde 200 hasta 4000 personas, distribuidas en dos o tres turnos.

En este programa de investigación han participado 10 empresas que respondieron a la convocatoria, sin que existiera un filtro previo. La participación de cada empresa ha variado en función de sus posibilidades y del contexto de la pandemia de la Covid-19, abarcando el período comprendido entre 2018 y 2023. Es importante destacar, que estas empresas participantes no representan necesariamente la totalidad de la realidad empresarial en Ciudad Juárez, donde el universo comprende alrededor de 333 empresas, cifra sigue en aumento. A pesar de que el tamaño de la muestra no es representativo, se valoró el acceso brindado por estas empresas, muchas de las cuales cuentan con convenios de colaboración con la UACJ. Aunque el proyecto se inició sin financiamiento, la principal limitación ha sido el tiempo junto con la agenda de los investigadores y los representantes de las empresas. En todo momento se ha contado con el apoyo y la participación de estudiantes en servicio social o realizando proyectos de titulación, lo que ha facilitado los procesos.

A lo largo de cinco años, se trabajó de manera constante, incluso durante la pandemia, la cual afectó significativamente las actividades, las condiciones y las posibilidades de investigación. El uso de recursos de comunicación en línea resultó ser fundamental, tanto para reuniones como para la aplicación de técnicas de recolección de datos a través de internet, permitiendo así dar seguimiento al programa. Cabe señalar que aún después de la pandemia, se mantuvo el uso de este tipo de recursos digitales, los cuales facilitan el acceso a los empleados del sector industrial, cuyo entorno laboral puede ser complicado.

Las actividades de acercamiento a la industria maquiladora iniciaron con entrevistas presenciales, en la fase de diagnóstico. Estas entrevistas, se han revelado como una de las fuentes de información más relevantes, ya que ofrecen una aproximación directa a las personas y permiten explorar una amplia gama de factores, como experiencias, actitudes, sentimientos y pensamientos. Es importante destacar, que estas entrevistas no se conciben como un mero proceso de recolección de datos, sino como una interacción

social dinámica entre dos individuos, donde el entrevistador desempeña un papel determinante, guiando la interacción a través de la empatía (Corbetta, 2007).

Durante la pandemia, se realizaron entrevistas telefónicas a personas que trabajan en la industria maquiladora, en su mayoría supervisores e ingenieros, hombres y mujeres de entre 25 y 40 años de edad. Estas investigaciones, han contribuido significativamente a la comprensión del entorno industrial, resultando en la publicación de cuatro artículos en revistas de investigación en el área del diseño y la educación, así como en la presentación en congresos nacionales e internacionales. En un sentido decolonial de la investigación, se ha cuidado que los entrevistados no se vean afectados en su labor ni en su tiempo de descanso, además de que se ha garantizado la representación de todos los niveles de empleados, desde operadores hasta administrativos.

Actualmente, se está llevando a cabo un proyecto de investigación colaborativo e interdisciplinario entre artes visuales y diseño gráfico con la Universidad de Quebec en Montreal (UQAM), con la colaboración de empresas con las que se ha establecido un convenio correspondiente, con el objetivo de profundizar en el tema. Se han realizado estancias de investigación en Montreal y Ciudad Juárez con financiamiento del SSHRC de Canadá.

### **Investigación en la universidad**

La Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (UACJ), un microuniverso tan complejo como el entorno empresarial, alberga el programa de diseño gráfico en dos campus distintos: el Instituto de Arquitectura, Diseño y Arte (IADA) y la División Multidisciplinaria de Ciudad Universitaria (DMCU). Estas dos comunidades, aunque distantes entre sí y con características sociodemográficas diferentes, han sido consideradas por separado en este proyecto. Desde 2018 hasta 2022, han participado estudiantes de todos los niveles, desde principiantes hasta avanzados.

La primera fase de investigación en la universidad, involucró grupos focales en el aula con estudiantes de nivel intermedio, utilizando imágenes de revistas como estímulo visual para explorar sus intereses y aspiraciones. Posteriormente, se realizaron encuestas en 2018 y 2022, utilizando formatos impresos y en línea, respectivamente, con el objetivo de investigar la visión profesional, así como las perspectivas de empleo de los estudiantes.

### **Acciones en la industria**

En la industria, se llevaron a cabo diversas acciones para compartir los resultados de la investigación con los representantes de las empresas, incluyendo la presentación de





informes de resultados, una exposición infográfica y mesas de diálogo. Se ha mantenido una interacción continua con las empresas participantes, lo que ha permitido un mayor entendimiento del entorno social de la industria y de sus necesidades de comunicación. Esto ha facilitado el fortalecimiento de la vinculación y la colaboración, así como la comprensión del papel del diseño gráfico en este contexto.

Se planea compartir los resultados de la investigación directamente en las instalaciones de las empresas con los empleados que participaron en el estudio, de manera que puedan comprender fácilmente los datos y reconocer su contribución al proyecto.

### **Acciones en la universidad**

En la universidad, se han realizado diversas acciones de difusión para mostrar a estudiantes y profesores las aplicaciones del diseño gráfico en la industria, tales como conferencias, talleres, mesas de diálogo y exposiciones infográficas. En colaboración con los estudiantes del curso de Infodiseño, se diseñó una exposición infográfica sobre la comunicación visual en la industria maquiladora en 2019. Se ha evaluado el impacto de estas actividades en los estudiantes, evidenciando un cambio en su percepción.

Además, se brinda asesoría a proyectos de titulación relacionados con la industria maquiladora, gracias al apoyo de las empresas y al acceso obtenido a través de las prácticas profesionales. Algunos estudiantes han alineado sus proyectos de titulación con sus actividades de prácticas profesionales, lo que ha enriquecido su aprendizaje. Esta modalidad, antes exclusiva de la carrera de ingeniería, se ha extendido al campo del diseño gráfico y otros programas. Además, el período de prácticas se ha ampliado de 4 a 6 y 12 meses, con apoyo económico de los empleadores.

### **Resultados en la industria**

Como resultado de las actividades de investigación en la industria maquiladora, se han identificado aspectos prácticos, que los trabajadores consideran que mejorarían la comunicación en la planta. Estos aspectos se dividen en dos categorías principales: cómo hacer la comunicación más eficaz e implementación de estrategias de comunicación visual.

### **Cómo hacer una comunicación más eficaz**

- Empleando imágenes más abundantes y de mayor tamaño con una función clara.
- Utilizando textos breves, claros y directos.

- Incrementando el uso de videos.
- Incluyendo animaciones dinámicas y atractivas.
- Utilizando las pantallas digitales con mayor frecuencia.
- Mejorando el diseño de apoyos visuales.
- Mejorando la señalización de seguridad.
- Proporcionando información precisa sobre los criterios de calidad y seguridad.
- Diseñando estrategias de capacitación más interesantes e interactivas.

### **Implementación de estrategias de comunicación visual:**

- Presentación de fotografías que reflejen el ambiente real de la empresa, evitando el uso de imágenes genéricas.
- Inclusión de imágenes de los operadores, para fomentar el reconocimiento mutuo.
- Empleo de nuevas tecnologías e interactividad en la capacitación, para crear experiencias innovadoras.
- Fomento del acercamiento a los operadores y consideración de sus ideas y experiencias.
- Implementación de recordatorios posteriores de los conceptos vistos en la capacitación.
- Consolidación de un equipo de comunicación que brinde apoyo a todos los departamentos.
- Atención en el interés expresado por los representantes de la maquila, en ampliar las áreas de colaboración más allá de la búsqueda de talentos.

Estas recomendaciones y estrategias proporcionan una base sólida para mejorar la comunicación visual en la industria maquiladora, promoviendo un entorno más eficiente y colaborativo.

### **Resultados en la universidad**

En el Programa de Diseño Gráfico de la UACJ, la investigación y las actividades realizadas con los estudiantes han arrojado diversos resultados significativos:

1. Definición de la Misión y Visión para el nuevo Plan de Estudios: Se ha







incluido la industria como campo de trabajo en la misión y visión del programa de diseño gráfico, lo que refleja un enfoque hacia la vinculación con el sector industrial.

2. Diseño de una materia optativa para apoyar la formación en la industria: Se ha creado una materia optativa que busca preparar a los estudiantes específicamente para trabajar en la industria, brindándoles habilidades y conocimientos relevantes.

3. Nuevas opciones para prácticas profesionales en la industria: Se han ampliado las oportunidades de prácticas profesionales en la industria, ofreciendo períodos más largos y una compensación adecuada para los estudiantes.

4. Conexiones entre prácticas profesionales y proyectos de titulación: Se ha establecido una conexión entre las prácticas profesionales y los proyectos de titulación, lo que permite a los estudiantes desarrollar contribuciones concretas y relevantes para la vinculación con la industria.

5. Intereses y aspiraciones de los estudiantes:

- Áreas preferidas de diseño: Los estudiantes muestran preferencia por áreas como la fotografía, la animación y la publicidad.
- Habilidades importantes: Los estudiantes consideran que la creatividad, la capacidad de investigación y la observación son habilidades fundamentales para ser diseñadores gráficos eficaces.
- Preferencias de empleo: Los estudiantes expresan su interés en trabajar en agencias de diseño, empresas, como docentes o de forma independiente, entre otras opciones.

6. Percepciones sobre la industria maquiladora como lugar de trabajo: Los estudiantes tienen percepciones variadas sobre trabajar en la industria maquiladora, con aspectos positivos como la estabilidad laboral y aspectos negativos como la falta de oportunidades de desarrollo profesional.

Por otro lado, los representantes del área de Recursos Humanos en la industria, han compartido competencias clave que consideran necesarias para los diseñadores gráficos que trabajan en ese entorno. Estas competencias, se dividen en las categorías de Saber, Hacer y Ser, abarcando desde habilidades técnicas, hasta cualidades personales como empatía y adaptabilidad. Esto proporciona una guía importante para la formación y preparación de los estudiantes para el mercado laboral en la industria.

## Conclusiones

En el proceso de vinculación entre la industria y el Programa de Diseño Gráfico de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (UACJ), se ha evidenciado un enfoque integral que busca fortalecer la relación entre ambos sectores. La adopción de perspectivas decoloniales y pragmáticas, ha permitido abordar el tema desde una visión amplia, considerando los diversos factores que intervienen en la vinculación. Esta aproximación ha llevado a la implementación de una metodología de Investigación Acción Participativa (IAP), que promueve la participación democrática y la transformación social.

En la industria, se ha realizado una investigación exhaustiva que ha permitido identificar las necesidades de comunicación visual de los trabajadores. Se han propuesto estrategias para mejorar la eficacia de la comunicación en la planta, así como acciones concretas para fortalecer la vinculación entre la universidad y las empresas. Por otro lado, en la universidad, se han llevado a cabo actividades orientadas a sensibilizar a los estudiantes sobre las oportunidades laborales en la industria. Se han diseñado planes de estudio y materias optativas que preparan a los estudiantes para enfrentar los retos del mercado laboral, además de ampliar las opciones de prácticas profesionales en la industria.

Los resultados obtenidos reflejan un compromiso conjunto por parte de la industria y la universidad para fortalecer la formación académica y profesional de los estudiantes de diseño gráfico. Se han identificado competencias clave que los diseñadores gráficos deben poseer para ser eficaces en el entorno laboral de la industria maquiladora. Además, se han establecido conexiones significativas entre las prácticas profesionales y los proyectos de titulación, lo que permite a los estudiantes desarrollar contribuciones concretas y relevantes para la vinculación con la industria.

En resumen, el proceso de vinculación entre la industria y el Programa de Diseño Gráfico de la UACJ, se ha caracterizado por una colaboración activa y una búsqueda constante de mejoras. Este enfoque integral, ha permitido identificar áreas de oportunidad y desarrollar acciones concretas para fortalecer la relación entre ambos sectores, contribuyendo así al desarrollo profesional de los estudiantes y al crecimiento de la industria en la región.

## Referencias

- Bautista Saucedo, Fabián. (2020). La necesaria relación entre Universidad e Industria. El diseño y las maquiladoras en la ciudad de Tijuana. En *Actas de Diseño*. Vol. 31, pp. 55-60. Julio, 2020.
- Battiste, M. (2013). *Decolonizing Education Nourishing The Learning Spirit*. Purich Publishing, UBC Press: Vancouver, BC.
- Buchanan, R. y Margolin, V., (1995). *Discovering Design; Explorations in Design Studies*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Cabrero, Enrique, Cárdenas, Sergio, Arellano, David, & Ramírez, Edgar. (2011). La vinculación entre la universidad y la industria en México: Una revisión a los hallazgos de la Encuesta Nacional de Vinculación. *Perfiles educativos*, 33(spe), 187-199. Recuperado en 06 de noviembre de 2022, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-26982011000500016&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982011000500016&lng=es&tlng=es).
- Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: McGraw Hill.
- Greif, M. (1990), *La Fábrica Visual: Métodos visuales para mejorar la productividad*, Productivity Press, Estados Unidos.
- Hirano, H. (1997), *5S para todos: 5 pilares de la fábrica visual*, Routledge, Estados Unidos.
- Mignolo, Walter D. y Walsh Catherine E. (2018) *On decoloniality, Concepts, analytics, praxis*. USA: Duke University Press.
- Reason y Bradbury. (2001). *Handbook of Action Research – Participative Inquiry and Practice* edited by London: JAN
- Shön, D.A. (1983). *The reflective practitioner*. New York: Basic.
- Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (2020). *Modelo Educativo Visión 2040*. México: UACJ.
- Zapata, F. y Rondán V. 2016. *La Investigación Acción Participativa: Guía conceptual y metodológica del Instituto de Montaña*. Lima: Instituto de Montaña



### **Mtro. Salvador Edmundo Valdovinos Rodríguez**

Doctor en Educación del Arte y el Diseño por la Universidad Concordia en Montreal, Canadá. Licenciado y Maestro en Diseño Gráfico con mención honorífica por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Cuenta con experiencia profesional y docente desde 1985. Es profesor-investigador de tiempo completo de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, en el programa de Diseño Gráfico desde 2008. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores SNI, Nivel 1. Miembro del Comité de Actualización del Plan de Estudios de Diseño Gráfico 2023. Áreas de investigación: Diseño Gráfico en la Industria, Educación del Diseño Social y Sostenible. Miembro del Cuerpo Académico: Diseño, Usuario y Entorno.



---

**LIBRO: Diseño gráfico en la frontera norte de México**

---

**Desde** Martha Alcaraz Flores <martha.alcaraz@uabc.edu.mx>

**Fecha** Mar 2025-01-28 12:02 PM

**Para** veronica.delgadoc@uanl.mx <veronica.delgadoc@uanl.mx>; Eva Julia Cerda Cruz <eva.delacerdacrz@uanl.edu.mx>

**CC** Raquel Torres Gutierrez <raquel.torres@uadec.edu.mx>; Paloma Rodriguez Valenzuela <paloma@uabc.edu.mx>; redeshmo <redeshmo@gmail.com>; Gonzalez Velez Jaqueline <jaquelineglz@docentes.uat.edu.mx>; Carolina Medina Zavala <carolinamedina@uabc.edu.mx>; Jorge Alberto Cid Cruz <cid.jorge@uabc.edu.mx>; Salvador Edmundo Valdovinos Rodriguez <salvador.valdovinos@uacj.mx>; EVELYN LUNA CASTRO <evelyn.luna@umm.edu.mx>; Monica Soledad Treviño Treviño <mstrevino@umm.edu.mx>; Diana Robinson Trápaga <diana.robinson@cetys.mx>; Sialia Karina Mellink Méndez <sialia.mellink@cetys.mx>; Ernesto Monzon Larios <ernesto.monzon@cetys.mx>

 1 archivo adjunto (3 MB)

Diseño Gráfico en la Frontera Norte de México.pdf;

Estimados autores.

Por ese medio me comunico para compartir con ustedes la versión digital del libro “Diseño gráfico en la frontera norte de México”, mismo que fue editado en coedición entre la Universidad Autónoma de Nuevo León y la Universidad Autónoma de Baja California.

De antemano agradezco la espera y la participación de todos. Saludos.



**Dra. Martha Patricia Alcaraz Flores**  
Profesor-Investigador de Tiempo Completo  
Facultad de Arquitectura y Diseño  
Universidad Autónoma de Baja California  
Teléfono: +52 (686) 841 8200, Extensión: 44224

---

*La información contenida en este correo electrónico y anexos, está dirigida únicamente para el uso del individuo o entidad a la que fue dirigida y puede contener información propietaria que no es de dominio público. Cualquier uso, distribución o reproducción de este correo que no sea por el destinatario de intención, podría vulnerar la normatividad aplicable.*

---