



Resumen publicado en la Bienal Iberoamericana de Diseño. Este artículo es inédito, publicado en común acuerdo entre Zincografía y la BID.

Transformación digital, un enfoque en el portafolio de diseño

Digital transformation, an approach to the design portfolio

Candelario Macedo Hernández
candelario.macedo@academicos.udg.mx
Centro Universitario de la Costa,
Universidad de Guadalajara
Puerto Vallarta, Jalisco, México
ORCID: 0000-0002-5869-5832

Dictaminado por BID
Recibido: 24 de marzo de 2022
Publicado: 15 de junio de 2022

Resumen

Como parte del proceso formativo del estudiante de la licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica del Centro Universitario de la Costa, se plantea una visión del portafolio sistémico como respuesta a las complejidades de la era digital y en ese contexto los procesos comunicacionales, de promoción y difusión en sus limitaciones y alcances. Se modeliza desde las competencias especializantes y la práctica del diseño determinadas por el creciente desarrollo tecnológico y tendencias como la transformación digital. Se plantea en un diseño de investigación cualitativa, la complejidad sistémica como principio para analizar, conceptualizar y articular el portafolio del diseñador a través de un enfoque estratégico de la marca personal y un ecosistema de artefactos, medios y herramientas.

Palabras clave: Portafolio, ecosistema, complejidad y transformación digital

Abstract

As part of the student's training process to get the Bachelor's Degree in Design for Graphic Communication offered by the Centro Universitario de la Costa, a vision of the systemic portfolio is proposed as a response to the complex concerns of the digital age and in that context to the communication processes, promotion and dissemination in its limitations and scope. It is modeled from the specialized skills and design practice determined by the growing technological development and such trends as digital transformation. Systemic complexity is proposed in a qualitative research design as a sort of principle to analyze, conceptualize and articulate the designer's portfolio through a strategic approach to personal branding and an ecosystem of artifacts, means and tools.

keywords: Portfolio, ecosystem, complexity and digital transformation

◆ Diseño de la investigación

La transformación digital en la práctica del diseño con enfoque en el portafolio, plantea la necesidad de explorar las condiciones comunicacionales y tecnológicas actuales en que se desarrolla el portafolio de diseño. Por otra parte, identifica la influencia que tiene el ámbito digital en su modelización además de sus alcances en función de las herramientas y medios de comunicación disponibles; busca también, correlacionar el portafolio con las competencias necesarias para la inserción del estudiante en el ámbito profesional del diseño gráfico. En concreto tiene como objetivo analizar el contexto actual en que se desarrolla el portafolio de diseño, desde las complejidades existentes en la era digital, las implicaciones de la transformación digital, su definición y composición, enfoque ecosistémico e influencia en la práctica del diseño gráfico. A partir de este enfoque, se realiza una investigación cualitativa en el sentido de identificar y analizar las dimensiones del objeto de estudio en la actualidad, con la finalidad de documentar, observar y analizarlo en términos ecosistémicos y su asociación con las prácticas profesionales. Se definen sus características, los escenarios en que se implementa, los alcances a través de la complejidad ecosistémica y la innovación tecnológica influida por la transformación digital.

La investigación se integra en términos de la complejidad desde el paradigma holístico que permiten acercarse el objeto de estudio, se delimita en referencia a Bautista (2011, pp.37-38) en los siguientes principios: continuidad, evolución, continuidad, holográfico, conocimiento e integralidad. Por otra parte, para su definición conceptual, se relacionan los principios del holismo en términos del diseño gráfico de ahí que la relación continua considera a la diversidad de eventos no como hechos aislados sino como parte de un todo, en ese sentido, el diseño gráfico se observa desde la interacción entre actores, el medio, los componentes y las relaciones que se establecen entre ellos como parte de una totalidad; el principio de evolución, considera que todo desarrollo parte de los procesos que le anteceden, en este punto el diseño se sitúa como el resultado de una cadena de sucesos de un proceso histórico y también de las influencias de fenómenos de la actualidad relacionados con la comunicación, la globalización y comportamientos entre otros; el principio holográfico, en la relación que tiene la totalidad y la unidad y, desde ese

punto de vista la coherencia y armonía con el todo, se percibe al diseño como una totalidad en la incidencia y trascendencia que tiene en la sociedad actual; el principio de conocimiento fenomenológico entendido desde el investigador quien parte de sus conceptos y su percepción de la realidad; el principio de integralidad se relaciona con las dimensiones de la vida humana y como es interpretada, se asocia con las actuaciones éticas del sujeto en la visión socio-cultural, su práctica creativa innovadora y, su interacción con el medio social y el medio ambiente.

Se consideró indispensable situar el estudio desde la perspectiva epistemológica constructivista por su incidencia en la investigación activa, propuesta que integra al estudiante en el proceso de generación del conocimiento y el proceso creativo alrededor del dominio de *softskills* y *hardskills* que modelizan su propia realidad. Cabe mencionar la importancia que tiene relacionar al sujeto con el objeto, es decir, el entramado complejo entre estudiante y portafolio y, al mismo tiempo, la influencia del medio social y digital en los que desarrolla. Por otra parte, se define conceptualmente desde el Paradigma de la complejidad de Morín (1990) y a partir de los siguientes principios:

El principio dialógico que mantiene la dualidad entre relaciones de contraste principalmente entre la unidad y el conjunto, un segundo principio de la recursividad donde los productos y los efectos son al mismo tiempo, causas y productores de aquello que los produce y finalmente el principio hologramático donde la parte está en el todo y el todo en la parte.

El diseño de la investigación, se sustenta en la complejidad sistémica para generar un mapeo de los aspectos formativos del estudiante de diseño gráfico en el contexto de la realidad actual, la delimitación, caracterización y las dimensiones comunicacionales y tecnológicas del problema, las causas y efectos alrededor de portafolio y las necesidades del diseñador, los fenómenos asociados al portafolio, su constitución, su implementación; los actores que participan en el proceso como los sujetos que pertenecen al campo disciplinar, las audiencias, la sociedad en su conjunto y finalmente, la identificación de los agentes en el medio digital que influyen en los procesos de comunicación, difusión y generación de una marca personal. En el siguiente modelo se observan las relaciones conceptuales complejas entre las perspectivas teórica y epistemológica que enmarcan al sujeto, el objeto y el contexto donde se lleva a cabo.

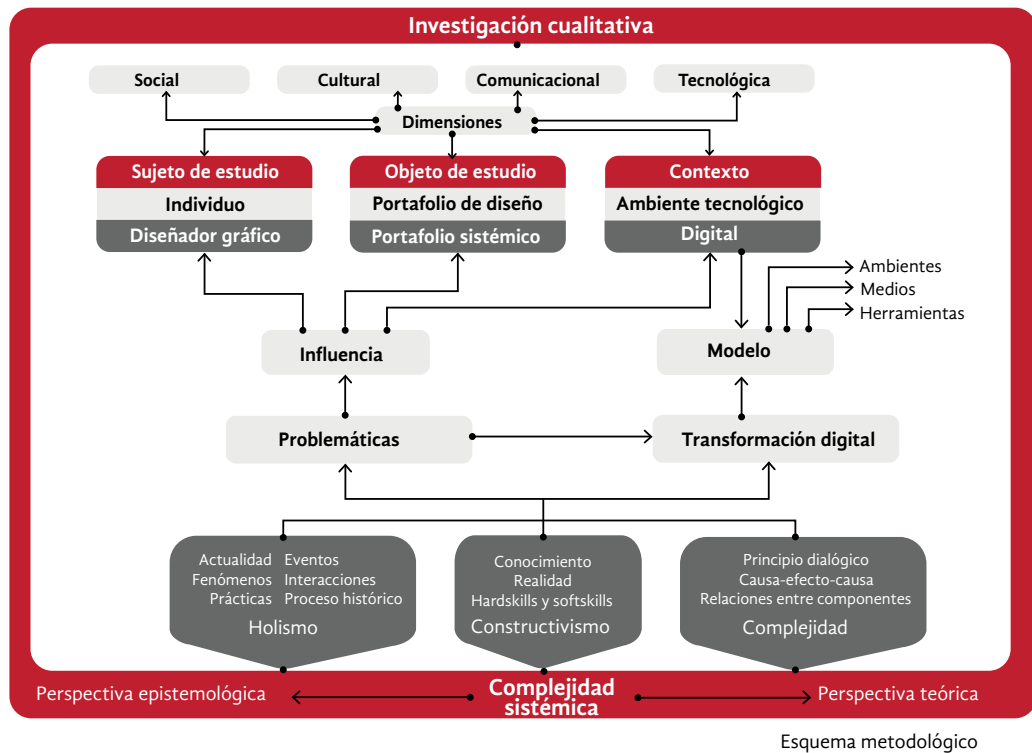


Figura 1. Esquema metodológico, portafolio de diseño.
Fuente: Elaboración propia.

Se aplica como método, la investigación documental para identificar aspectos teórico-conceptuales y de la práctica profesional relevantes tanto de la marca personal como del portafolio de diseño a través de la consulta de foros, blogs y bibliografía especializada. La investigación de campo en el ámbito digital toma como referencias plataformas freelancer para realizar un análisis comparativo en el que se consideran: 99Design, Freelancer, Gurú, Toptal, PeoplePerOur, Upwork, Flexjobs, AIGA, Staff, Fiverr, Aquent, CrowdSPRING, Envato, Workana y SoyFreelancer. Se observan en estas plataformas, aspectos relacionados con la práctica profesional según el enfoque, las especialidades y subespecializadas, hardskills y softskills. Se analizan las competencias relacionadas con el perfil de egreso, las competencias del plan de estudios de la licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica en Centro Universitario de la Costa en correlación con las competencias del siglo XXI y las observaciones del comité consultivo de carrera. Se realiza un planteamiento teórico conceptual del portafolio con enfoque en la complejidad sistémica y los alcances en un ecosistema medido por la tecnología.

Caracterización del portafolio de diseño

El portafolio de diseño se identifica principalmente como un muestrario de proyectos que independientemente del medio, soporte y formato, se establece y delimita como una evidencia demostrable de la práctica profesional del diseñador, en ese sentido; permite que el empleador o

contratante observe los alcances y al mismo tiempo identifique las limitaciones del profesional. En este enfoque Pérez (2020) considera que el portafolio del diseñador gráfico es un documento en el que se reúnen los trabajos más significativos del profesional y para Cump (2016) un portafolio de diseño:

Es el muestrario ideal para demostrar qué tanto se entiende de estilo y tendencias en el área, qué herramientas se suele usar y qué tan diestro se es con ellas, así como para dejar en claro cuáles son los objetivos dentro de la industria (párr. 2).

Es importante mencionar que, el portafolio en el imaginario del diseñador se plantea como objeto individual e independiente, sin embargo; con las dinámicas de la comunicación del siglo XXI, la globalización, la competitividad, la oferta tecnológica y la diversificación de las actividades alrededor del diseño instan a cuestionar este supuesto pues es cada vez más difícil, delimitar las fronteras entre el portafolio y la marca personal. Además, con las herramientas de marketing particularmente el digital, es cada vez más demandante la generación de un perfil competitivo, la generación de valor, el desarrollo de ventajas y diferenciación que definan su presencia digital y reputación. No está por demás mencionar que, para la demostración de procesos son observables que sirven a múltiples propósitos entre los que destacan la exhibición, la generación de seguidores y comunidades, así como para la selección de perfiles contratables, proceso que se facilita con la integración multimedial de galerías fotográficas, animaciones y videograbaciones en medios digitales como Behance y YouTube por mencionar un ejemplo.

Ciertamente, en la indagación conceptual del portafolio se identifica una asociación histórica con el objeto que compila evidencias, no obstante; es cada vez menos probable el portafolio en esos términos, pues su delimitación como objeto único limita su integración en un ecosistema digital compuesto por redes sociales especializadas, plataformas para la gestión de proyectos, plataformas especializadas para portafolio, el uso de correo electrónico, los formatos digitales para desarrollar e implementar la información, herramientas de la web 2.0, elementos que se complementan entre sí y que al mismo tiempo diversifican la idea que se tiene del objeto. Este planteamiento, supone nuevos escenarios en términos de una mayor presencia digital; replantear también, los procesos de comunicación con las audiencias para finalmente incidir en el desarrollo del profesional del diseño. A su vez, el surgimiento de modelos de trabajo alternativos con base en plataformas *freelancer*, plataformas colaborativas y de co-creación amplían el campo de acción y reduce las limitaciones geográficas con mayores alcances para su ejercicio profesional y, por otra parte, la gestión de su cartera de clientes. El ecosistema alrededor del portafolio implica necesariamente cambios en las prácticas asociadas al portafolio pues en contextos de una contratación es necesario la integración de canales más eficientes para la comunicación.

En relación con un modelo de portafolio competitivo en contextos de la era digital, es importante mencionar que la marca personal tiene una función importante en la generación de una identidad digital, conlleva el análisis para modelar su huella digital, la gestión de la imagen pública alrededor de las acciones de la persona pues sus repercusiones impactan en la reputación del diseñador gráfico. Para Summa (2020a, p.8) la digitalización obliga a las marcas a adaptarse a nuevos hábitos de consumo y formas de relacionarse y comunicarse. La marca personal, puede identificarse como una herramienta para facilitar la comunicación mediada por Tecnologías de la Información con los clientes y las audiencias, en ese sentido; supone la difusión de las ventajas competitivas, la diferenciación y propuesta de valor que integradamente generan expectativas en el contratante y empleador. Implica también, el autoanálisis de la realidad del sujeto, toda vez que son reconocibles las fortalezas y debilidades en el desarrollo personal y profesional lo que conlleva el establecimiento de metas a corto, mediano y largo plazo para incidir en los *softskills* y *hardskills*, la formación continua y las iniciativas en proyectos de emprendimiento. Asimismo, Summa (2020b, p.28) considera que el ámbito digital, ha multiplicado las oportunidades de contacto de una marca con sus públicos, ofreciendo una vez más nuevas oportunidades, pero también nuevos retos para mantener la coherencia en la expresión de su propuesta de valor. En concreto, el portafolio de diseño a través de la marca personal integra un mayor soporte y alcance, aunque consecuentemente su complejidad se incrementa.

Competencias en el Diseño para la Comunicación Gráfica

El desarrollo profesional del diseñador gráfico en la actualidad se presenta en un escenario cada vez más competitivo y complejo, toda vez que surgen especialidades y subespecialidades para subsanar nuevas demandas tal es el caso del diseño de experiencia de usuario, el diseño de interfaz, el diseño sostenible, por otra parte se observa una mayor incidencia de prácticas interdisciplinarias pues se requiere la puesta en marcha de diversas formas de abordaje de un problema lo que implica distintas disciplinas integradas en un mismo propósito, con el enfoque sostenible las dimensiones sociales, tecnológicas, culturales, económicas y medioambientales tienen mayor presencia. Esta perspectiva influye necesariamente en el perfil de los diseñadores, de ahí que resulta conveniente la formación integral en el diseñador gráfico. Al respecto la Universidad de Guadalajara en el Plan de Desarrollo Institucional particularmente en el modelo innovador de enseñanza aprendizaje PDI UdeG (2019, p.91) considera:

Promover la perspectiva global, incorporar valores y principios de multiculturalidad para la formación de agentes de cambio que contribuyan a resolver los problemas complejos actuales y futuros desde los ámbitos de la cultura artística, la ciencia y la tecnología y, el conocimiento humanístico y social (párr. 1).

Por otra parte, para responder a la situación actual con la reestructuración del plan de estudios de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica de la UdeG aprobado en el Consejo General Universitario en el Dictamen Núm. I/2019/172 (2019), se integran lineamientos en los que se abordan aspectos relacionados con los desafíos en el siglo XXI, competencias y el perfil de egreso acordes a esta realidad. Al respecto:

El punto 8 hace referencia a los desafíos para los profesionistas de acuerdo con los cambios tecnológicos, empresariales, globales, económicos, sociales y ambientales. Por otra parte, 10 considera a las empresas relacionadas con el ramo digital, gestión cultural, las industrias culturales y creativas. En el apartado 24 se definen como campos cognitivos en el plan de estudios la morfología, la comunicación, la tecnología, la gestión y la proyección. También, en el punto 25 se establecen desde un enfoque integral competencias que fortalecen el desarrollo del estudiante como: analiza, reflexiona, argumenta e infiere; usa la tecnología de manera responsable y productiva; expone sus proyectos de manera oral y escrita; toma decisiones fundamentadas; entiende y se expresa en un segundo idioma; muestra interés por la cultura y las artes contribuyendo a su preservación y difusión, respetuoso con su entorno social y el medio ambiente; socializa y se integra en equipos interdisciplinarios y finalmente, tiene ética profesional.

Cabe mencionar que en el perfil de egreso se considera como claves: el diseño gráfico centrado en el usuario considera los medios digitales y alternos, distintos niveles en la comunicación desde lo local a lo global y un enfoque sostenible en la práctica del diseño. Es importante mencionar que durante el proceso de implementación del plan de estudios 2019 el cuerpo docente de la licenciatura en diseño para la Comunicación Gráfica en el Campus CuCosta participó en un taller de capacitación impartido por la Dra. Carmen Tiburcio denominado “Construcción de programas operativos desde el diseño estratégico”, en el que a través de un proceso teórico metodológico situado en el modelo de competencias no solo se desarrollaron programas operativos sino que se articuló el currículo en función de un enfoque situado en la realidad regional “Diseño estratégico para problemáticas comunicacionales con énfasis en lo gráfico”. De la misma forma alrededor de los campos cognitivos dictaminados, se integraron competencias profesionalizantes y transversales acorde a cada campo, desglosadas en elementos que particularizan los *hardskills* y *softskills* y que en el proceso de implementación se correlacionan con niveles de logro que especifican el avance del estudiante en términos de la complejidad creciente, el desarrollo del pensamiento de diseño y sus dominios teórico-prácticos.

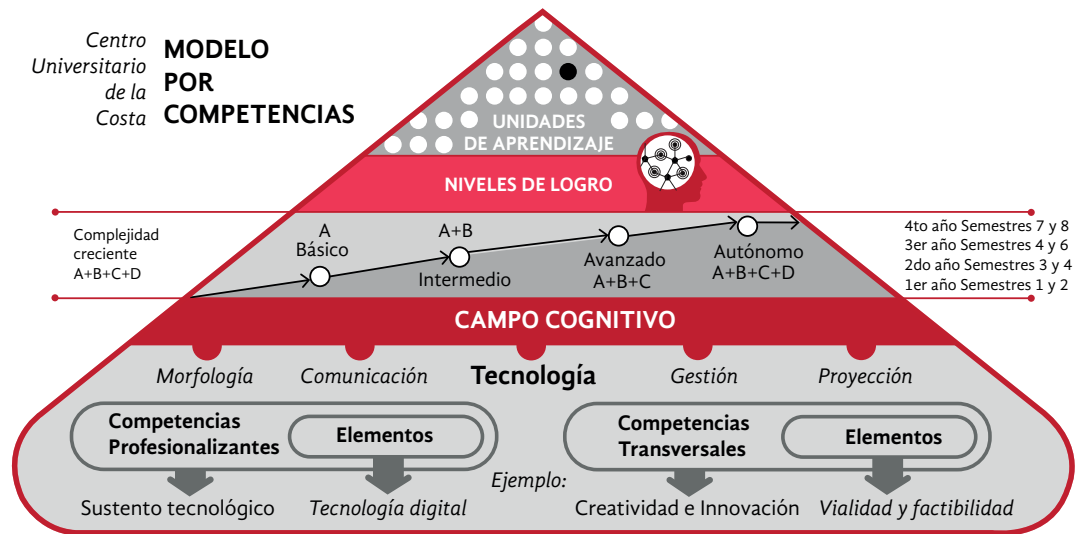


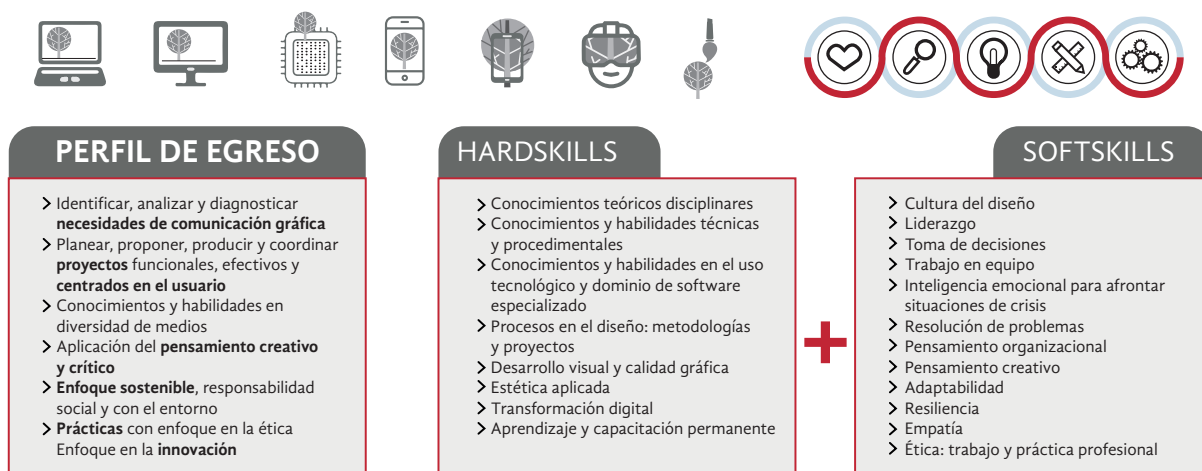
Figura 2. Modelo curricular CuCosta.

Fuente: Elaboración propia con base en el taller Construcción de programas operativos desde el diseño estratégico y el diseño curricular colegiado en la Academia de Diseño y Representación y el Comité Curricular LDCG en el año 2022.

Conviene subrayar que las competencias en el siglo XXI en contextos de la transformación digital y el dominio tecnológico se relacionan con un enfoque integral de los procesos, la comunicación y manejo de la información. Para ello, es indispensable incidir a través de una visión en la adaptabilidad a los cambios, la innovación y el dominio de Tecnologías de la información TI de ahí, la importancia en el desarrollo del pensamiento sistémico para afrontar nuevos retos, con tal suerte que pueda prever los distintos escenarios tanto deseables, catastróficos como futuribles, así como el fortalecimiento en los procesos de producción, organización y planificación. En suma, en el contexto del portafolio y la práctica profesional del diseñador gráfico, las competencias requeridas representan un desafío para el diseñador recién egresado y un área de oportunidad en la práctica profesional.

Habría que decir también que, en contextos de la licenciatura en Diseño para la comunicación gráfica en el Centro Universitario de la Costa, el Consejo consultivo (2021a) refiere que los empleadores demandan de los egresados habilidades tecnológicas avanzadas en el uso de software y herramientas para la edición gráfica donde se expliciten los dominios en el desarrollo de la imagen desde la funcionalidad y la estética; por otra parte son indispensables las competencias como liderazgo, toma de decisiones, visión estratégica, emprendimiento; habilidades para el trabajo híbrido aplicado tanto en su propio desempeño como en la práctica profesional situada en la digitalización de las empresas relacionada con procesos y el diseño digital. Recomendaciones puestas en discusión y análisis con la finalidad de implementarlas a través de los contenidos en el plan de estudios.

De la misma forma respecto a los empleadores, el Comité Consultivo (2021b), identifica la necesidad de desarrollar o fortalecer competencias específicas, relacionadas con el uso tecnológico y de software especializado, la transformación digital, la calidad gráfica, el desarrollo visual, la adaptabilidad y particularmente sentido de responsabilidad y ética profesional. De ahí, la necesidad de analizar el perfil de egreso en contraste con el perfil profesional del diseñador gráfico que requieren los empleadores, para ello el comité curricular en conjunto con el cuerpo docente trabajan en la actualización permanente de los programas de unidades de aprendizaje. También, en el trabajo colegiado en academias, el fortalecimiento de la enseñanza-aprendizaje en el proyecto del nivel *interdepartamental* y la participación del sector empresarial, por lo cual; se plantean las siguientes competencias:



Competencias en el contexto del diseño gráfico

Figura 3. *Competencias en el diseño gráfico.*
 Fuente: Elaboración propia con base en el plan de estudios 2019 LDCG, la visión humanista de la educación de la UNESCO y el marco de aprendizaje 2030 de la OECD.

Transformación digital alrededor del portafolio de diseño gráfico

En la actualidad el desarrollo de las tecnologías de la información genera un cambio hacia el interior de las organizaciones, con la transformación digital se suponen cambios en los distintos sectores económicos alrededor de los modelos de negocio, la gestión de la información, los procesos organizacionales y de producción, la realidad interna y la comunicación entre muchos otros. Si bien, la transformación digital surge en contextos relacionados con la industria, poco a poco incide en otros sectores como el de la salud, las telecomunicaciones, el comercio, de igual modo en el educativo y el del diseño. Los cambios que supone la transformación digital conllevan en las organizaciones la apertura y capacidad de adaptación a los cambios. Para Nexusintegra (2022, párr.

3), la transformación digital es la aplicación de capacidades digitales a procesos, productos y activos para potenciar la eficiencia, aumentar el valor para el cliente, gestionar el riesgo y navegar entre nuevas oportunidades de generación de ingresos. Por otra parte, la BCG (2021) considera que el Big data, el cambio a la nube, el internet de las cosas, la fabricación aditiva, la inteligencia artificial y la cadena de bloques son tendencias que tienen mayor impacto en el entorno de los negocios. En otros términos, Herrera (2021, 11:00 h, 16 min, 05 s), considera que la transformación digital es una tarea del presente donde es importante considerar la experiencia de valor y gestión de los datos alrededor del usuario, los procesos prácticos y la sistematización, la velocidad e innovación, y finalmente la participación en ecosistemas más rentables, eficientes, escalables, accesibles y convenientes.

Debido a estos cambios desde la transformación digital, para el desarrollo del portafolio de diseño gráfico implica el análisis de las condiciones tecnológicas actuales y replantearlo en función de perspectivas diversas. Así pues, cuando el portafolio se asocia al marketing adquiere una dimensión estratégica, en otra perspectiva cuando se relaciona con las teorías de los sistemas, el pensamiento complejo, las tecnologías de la información, se define en función de un ecosistema, y más aún cuando se determina por los alcances, sus repercusiones y las dimensiones que lo componen tiene un planteamiento ecosistémico. En ese sentido se compone no solo de elementos descriptivos del portafolio de proyectos, sino que es el resultado de la complejidad integrada por elementos diversos que llevan a replantear al portafolio y su trascendencia.

En resumen, la transformación digital es un concepto que agrupa diversos enfoques en torno al impacto de las tecnologías de la información en la sociedad actual. Ahora bien, en la relación entre tendencias y diseño gráfico se observan alternativas para la práctica profesional. En ese tenor el *Big data* se relaciona con un ecosistema de datos toda vez que la información se distribuye en un conglomerado de medios y repositorios especializados, ecosistema informativo que permea en la toma de decisiones; el Cambio a la nube *Shift to the cloud*, ofrece mayores alcances para el diseño en formas de comercialización dinámica como el *e-commerce*, software especializado, ciberseguridad, espacios de trabajo y la interacción; el Internet de las cosas *Internet of things*, implica repensar y articular el diseño a través de la relación, la interacción, autonomía y comunicación entre los propios objetos; la Fabricación aditiva *additive manufacturing*, supone ampliar los alcances del diseño gráfico, el desarrollo de nuevos modelos de negocio orientados en la producción, distribución y comercialización de productos a partir de la impresión 3d; la Inteligencia artificial *Artificial intelligence*, trae transformaciones en la práctica profesional del diseño con nuevas formas de comunicación e interacción desde la realidad virtual, la realidad aumentada y el aprendizaje autónomo; la Cadena de bloques *blockchain*, ahora mismo es un tema de discusión y análisis en el arte y diseño en torno a la compra y venta de NFTs.

Finalmente se abren más oportunidades para el ámbito del diseño en el ámbito digital con el metaverso, según Santander (2022, párr. 3) es un universo que está más allá del que conocemos actualmente, es un nuevo ecosistema virtual y tridimensional en el que los usuarios pueden interactuar entre ellos, trabajar, jugar, estudiar, realizar transacciones económicas, entre muchas otras posibilidades. En definitiva, la transformación digital puede ofrecer ventajas para el desarrollo de la práctica profesional, sin embargo; trae consigo la especialización por ello, es importante la incidencia en los procesos de enseñanza aprendizaje alrededor de competencias profesionalizantes y transversales, la mejora constante de las unidades de aprendizaje y una posicionalidad del cuerpo docente frente a los cambios y transformaciones que impactan en el diseñador gráfico.

Análisis de plataformas freelancer y portafolios digitales

Para identificar las alternativas para el desarrollo profesional del diseñador se analizaron plataformas especializadas ya que representan una alternativa viable para la integración laboral y profesional del diseñador y que encuentra en su entorno inmediato limitaciones para ejercer. Las plataformas portafolios analizadas son Behance, Lono, Portfoliox, DeviantArt, Coroflot, Doméstika, Cargo, Carbonmade, Dribbble y Adobe Portfolio. Como aspectos importantes plantean nuevas especializaciones y subespecializaciones que diversifican el campo de acción, son medios para la difusión de portafolios, plantean un modelo de negocio enfocado a la oferta de servicios y para ello vincula al creativo con los contratantes, permiten generar comunidad, ampliar la presencia digital y son una alternativa para trabajar en el modelo de home office.

◆ Portafolio de diseño gráfico

En lo que respecta a la concepción del portafolio, es menester partir desde un enfoque en la complejidad, comprender los escenarios diversos donde puede desenvolverse el diseñador gráfico y de las alternativas asociadas al autoempleo y la contratación con las que cuenta, ya sean positivas o adversas. Esta idea, amplía las fronteras que delimitan al portafolio y en cierto sentido también lo factibiliza y sitúa en el contexto actual; su punto de partida está en responder a los objetivos del futuro egresado y del diseñador en activo, en su inserción al campo profesional en contraste con las condiciones y demandas del mercado. De ahí que, en la complejidad se construye un sistema compuesto por múltiples elementos que requieren ser organizados. De acuerdo con Bárcenas (2015, p.41)

El sistema de relaciones complejas que el diseño enfrenta, hace necesaria una estrategia de organización del conocimiento del hombre y de lo humano, para ello se considera el diseño como una ciencia de la transdisciplina que pasa por el reconocimiento del conocimiento científico (paradigma científico), tecnológico (paradigma

técnico) y humanístico (paradigma estético), para construir con ello un “campo del conocimiento unificado del diseño” (párr. 2).

La organización inicia entonces en lo interno, en su propio concepto para después articular un sistema externalizado y evidente, operable a través de las herramientas de comunicación disponibles y al servicio del profesionista.

Por lo tanto, el Portafolio de Diseño, es una herramienta de comunicación estratégica que se integra como un sistema que articula acciones, objetos visuales y contenidos desde las características particulares definidas por cada medio en un mismo propósito, “posicionar la marca personal del diseñador y comunicar experiencias”. Es también, un plan de promoción que integra un conjunto de medios digitales y análogos que se integran a las necesidades comunicacionales del sistema. Evidencia el nivel de dominio del profesional del diseño en áreas específicas para ser visibilizado ante posibles contratantes, ya que conjunta en los objetos visuales que se muestran, los conocimientos y habilidades que se demandan en la práctica profesional. Hace evidente las expectativas de difusión y promoción que permita también la integración de una cartera de clientes de un corto a mediano plazo, posicionarse en el mercado y en los niveles que sean de su conveniencia como: local, regional, nacional e internacional.

Esta propuesta, aunque emerge como una respuesta a las dinámicas regionales en Jalisco, México puede ser un reflejo de una realidad actual. Por ello, se busca replantear el Portafolio más allá de la herramienta de comunicación unitaria, en la que tradicionalmente se exhiben y evidencian los dominios del profesionista para abordarlo desde una perspectiva sistémica, visto como una totalidad o conjunto integrado por piezas de comunicación híbridas y diversas, configurado por elementos sustanciales que provienen de la marca personal, la identidad y la promoción. Se visualiza también como un sistema soportado en una propuesta estratégica que facilite atender, por un lado, el desarrollo profesional y personal del diseñador y por el otro, las condiciones externas observables en el mercado, los clientes, la sociedad y su contexto. Se plantea además según las necesidades de crecimiento del diseñador, de acuerdo con su misión y visión de tal forma que funcione como un vehículo para el cumplimiento de metas a corto, mediano y largo plazo.

Portafolio, perspectiva ecosistémica y compleja

Es importante mencionar que el portafolio ecosistémico, explicita las competencias adquiridas durante la formación universitaria y los aprendizajes en la práctica profesional. Se basa fundamentalmente en la marca personal, que a su vez es resultado de procesos que permiten la auto-observación y autodiagnóstico con la finalidad de identificar, analizar y evaluar sus alcances y limitaciones y, con ello, proponer un plan de mejora que impacte en su desarrollo personal y profesional en el corto,

mediano y largo plazo. Además, como resultado del análisis, pueden integrarse propósitos y aspectos diferenciadores de su perfil profesional.

Por otra parte, la estrategia de marca se articula desde el punto de vista del marketing en un plan estratégico, integrado por objetivos, estrategias y tácticas en respuesta a las problemáticas identificadas y las necesidades de mejora. En la marca personal, es imperante el desarrollo de una propuesta gráfica que visibilice al diseñador en medios digitales. En ese sentido, la propuesta gráfica realizada se enfrenta a lo múltiple, a la diversidad de soportes y medios donde puede implementarse, de ahí que es factible una propuesta basada en los sistemas visuales flexibles y el desarrollo de un identificador para integrar la identidad digital. En concreto, este modelo, puede clasificarse de acuerdo con las tendencias actuales, integra una visión general para los diseñadores recién formados y especialista cuando se tiene los dominios y amplia experiencia, es una herramienta además para generar la cartera de clientes y por otra parte permite el enfoque interdisciplinario. En la siguiente gráfica se representa la integración conceptual del portafolio, su base en la marca personal y el portafolio, por otra parte, la compleja relación entre los componentes del ecosistema con el que se plantean mayores alcances para el diseñador.

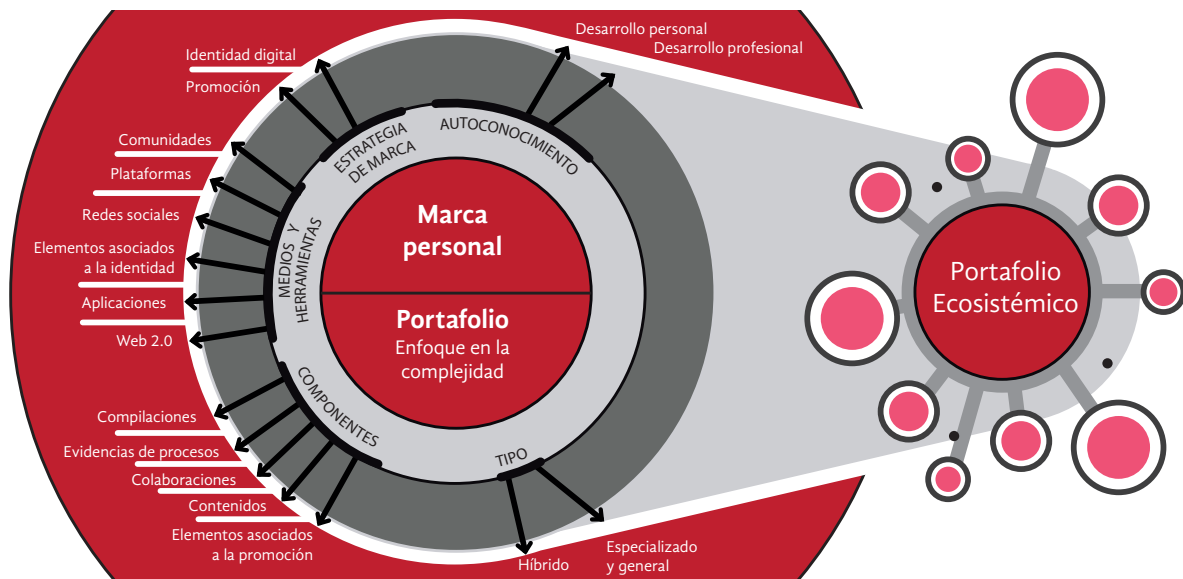


Figura 4. Portafolio ecosistémico.
Fuente: Elaboración propia.

Premisas del portafolio ecosistémico:

- ◆ Su función principal es la de integrar las evidencias de habilidades en el diseño con la presencia digital y marca personal,

- ❖ Es una herramienta de comunicación y promoción al servicio del diseñador, del empleador y del cliente,
- ❖ Es un medio para la interacción, la socialización y la retroalimentación entre colegas,
- ❖ Se compone de un ecosistema de elementos relacionados con la identidad digital y la promoción,
- ❖ Tiene una base estratégica que pone en marcha el desarrollo personal y profesional del diseñador,
- ❖ Integra estrategias de marketing digital para el posicionamiento como uso de redes sociales,
- ❖ El portafolio es un ecosistema en constante actualización y desarrollo e
- ❖ Integra evidencias, contenidos, medios, herramientas y acciones.

❖ **Conclusión** Todo esto parece indicar que, al formular un portafolio ecosistémico son muchas las consideraciones. Para desarrollarlo es indispensable el análisis del contexto, la identificación de necesidades, la realidad del diseñador en el sentido de configurar una herramienta funcional y efectiva. El Portafolio de trabajo, el portafolio de diseño, el de artista, el dossier, todos sin excepción han servido a lo largo de la historia para que el creativo pueda evidenciar sus conocimientos, habilidades y alcances sin embargo, las condiciones actuales de la era digital, las TI y la transformación digital obligan a cuestionar su efectividad como objeto único pues implica desprenderse de la idea del objeto material único para dar paso a una idea de sistema en el que se incorporan diversidad de soportes, medios y herramientas. Se plantea también que la integración de un conjunto de medios y herramientas sirven a un mismo propósito el de comunicar, persuadir y desarrollar una identidad a partir del desarrollo personal y profesional. Por otra parte, su apropiación implica situarlo como un mediador y agente de cambio que permea en la relación, comunicación e interacción con clientes y usuarios. Se plantea además como un sistema adaptativo y flexible en términos de lo inacabado, como un ecosistema en un desarrollo permanente, condicionado a las condiciones externas y por otro lado a los alcances del propio diseñador gráfico. También, el portafolio ecosistémico en su visión compleja es la suma de acciones, procesos, interacciones y elementos comunicacionales al servicio de los objetivos del diseñador. La flexibilidad con la que están integrados permite ver cada elemento como una parte del todo y como el todo al mismo tiempo considerando la variedad de situaciones asociadas con demostrar en que se es competente.

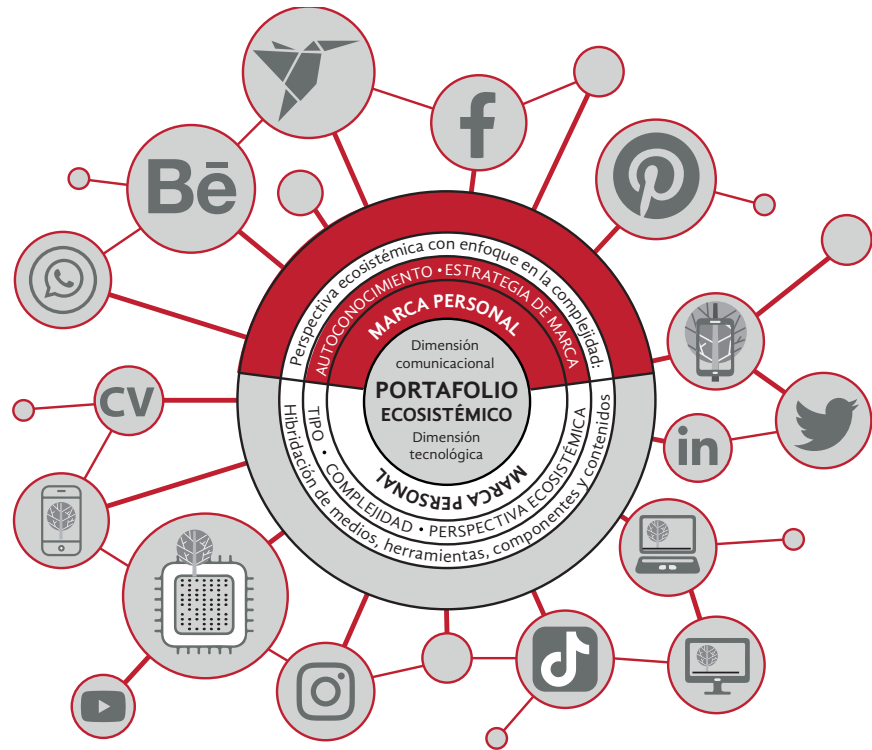


Figura 5. Portafolio híbrido, modelo integrado en una perspectiva ecosistémica.

Fuente: Elaboración propia.

Si bien la transformación digital ofrece mayores alternativas para el desarrollo del estudiante y futuro profesional del diseño gráfico, en una práctica profesional mediada por tecnologías de la información, influenciada por nuevos modelos de trabajo se sitúa principalmente en perspectiva de los procesos en el diseño, la comunicación, el uso de los datos y, por otro lado, el establecimiento de una dimensión organizacional ligada a la gestión. Por otro lado, en su dimensión educativa en contextos de la licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica del Centro Universitario de la Costa de la Universidad de Guadalajara, implica un trabajo colegiado permanente entre academias, los comités consultivo y curricular para fortalecer el perfil de egreso en términos de la realidad actual, la incidencia en el desarrollo de competencias de sustento tecnológico, comunicación y gestión, el desarrollo de contenidos actualizados, la formación docente. Un factor determinante en el Plan de Estudios LDCG 2019 en CuCosta es la horizontalidad, transversalidad y sobre todo la particularización en elementos derivados de las competencias, su planteamiento desde la complejidad creciente y el diseño a través de niveles de logro para incidir en la profesionalización de la práctica, en un diseñador gráfico consciente de las exigencias del ámbito profesional alrededor de perfiles que posibiliten el autoempleo, la contratación y el emprendimiento. 📍

- Referencias** Bautista, N. (2011). *Proceso de la investigación cualitativa. Epistemología, metodología y aplicaciones*. Manual Moderno: Colombia.
- Bárceñas, V. (2015, p.41) *El diseño. Aproximaciones conceptuales para entender el diseño en el siglo XXI*. Ferruzca, M., Fulco, D. y Aceves, J. (Coords.), Aproximaciones conceptuales para entender el diseño en el siglo XXI, Compilación. (p.41). México: Universidad Autónoma Metropolitana
- BCG (2021). *Tendencias digitales pasadas y futuras*. Transformación digital. Boston Consulting Group. Recuperado de Coursera el 28 de febrero de 2022 de <https://www.coursera.org/programs/universidad-de-guadalajara-learning-program-fmgvm?currentTab=CATALOG>
- Consejo Consultivo (2021). *Reunión anual de Consejo Consultivo*. Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica en el Centro Universitario de la Costa (2021, mayo 05). Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara.
- Cump [Administrator]. (2016, septiembre 29). *La importancia del portafolio de diseño para un profesional*. Centro Universitario de Mercadotecnia y Publicidad. [Mensaje del blog Artículos de interés]. Recuperado el 04 de marzo de 2021 de <https://www.cump.edu.mx/articulos-de-interes/la-importancia-del-portafolio-de-diseno-para-un-profesional/>
- Dictamen Núm. I/2019/172 (2019, marzo 26). *Dictámenes del Consejo General Universitario de la Universidad de Guadalajara*. Recuperado el 22 de marzo de 2021 de <http://www.hcgu.udg.mx/dictámenes/dictamen-num-i2019172>
- Herrera, M. [Candelario Macedo]. (2021, octubre 11) *Rompiendo el paradigma de la transformación digital*. Espacio Anidigraf. Recuperado el 28 de febrero de 2022 de <https://www.espacioanidigraf.com/marcos>
- Morín (1990). *Introducción al pensamiento complejo*. Gedisa: España
- Mayo, A. [Andrés Mayo]. (2018, marzo 20). *15 plataformas + 1 para encontrar el freelance adecuado*. [Mensaje del blog Ochtopus]. Recuperado el 20 de marzo de 2021 de <https://ochtopus.com/blogs/blog/15-plataformas-1-para-encontrar-el-freelance-adecuado>
- Nexusingtegra (2022). *La importancia de la transformación digital en la industria*. Recuperado el 01 de marzo de 2022 de <https://nexusingtegra.io/es/transformacion-digital-industria/>
- PDI UdeG (2019, P.92) *Docencia e innovación académica*. Plan de Desarrollo Institucional 2019-2025 Visión 2030 Universidad de Guadalajara. Recuperado el 20 de marzo de 2021 de <https://www.udg.mx/es/PDI>

Pérez, A. [Agustín Pérez]. (2020, noviembre 03). *El portafolio del diseñador gráfico: aspectos comunes de los más creativos*. Escuela Superior de Barcelona. [Mensaje del blog EsActualidad]. Recuperado el 01 de marzo de 2021 de <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-grafico/el-portafolio-del-disenador-grafico-aspectos-comunes-de-los-mas-creativos#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20portafolio%20del,para%20conseguir%20nuevas%20opciones%20laborales>

Summa (2020, pp.8-28). *La importancia del branding en el entorno digital. Branding digital más branding que nunca*. Recuperado el 04 de marzo de 2022 de <https://info.summa.es/ebook-branding-digital>

Santander. (2022). *Metaverso: todo lo que necesitas saber para aprovechar el "nuevo mundo"*. Recuperado el 01 de marzo de 2022 de <https://www.santander.com/es/stories/metaverso-todo-lo-que-necesitas-saber-para-aprovechar-el-nuevo-mundo>

Sobre el autor *Candelario Macedo Hernández*

Candelario Macedo Hernández es licenciado en Diseño para la Comunicación Gráfica, maestro en Tecnologías para el Aprendizaje y doctorante en Sistemas y Ambientes Educativos, estudios realizados en la Universidad de Guadalajara. Profesor Titular A adscrito al Departamento de Artes, Educación y Humanidades en el Centro Universitario de la Costa con reconocimiento de la SEP al perfil deseable Prodep. Integrante del cuerpo académico UDG CA 693 Perspectivas de la Ciudad, participación en las líneas de investigación: Perspectivas de la Ciudad desde la interrelación entre cultura, calidad de vida e identidad además de un enfoque sistémico relacionado con la creatividad, el arte, la educación, el diseño y TI.