

Estrategia transversal para el desarrollo de investigación en Diseño y Publicidad

**Dora Ivonne Álvarez Tamayo, Claudia Rebeca Méndez Escarza,
María del Carmen Williams Pellico, Manuel Ponce de León Palacios, Sandra Elisa Roura
Espinosa**

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla
México

Sobre los Autores:

Autor 1 Dora Ivonne Álvarez Tamayo:

Catedrática investigadora de la Facultad de Diseño en la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, combina ejercicio profesional y académico impartiendo cátedra en licenciatura y posgrado. Licenciada en Diseño Gráfico, Maestra en Procesos de Diseño (UPAEP), Especialista en Desarrollo de habilidades del pensamiento (UMAD), en Semiótica (SES-BUAP) y Doctora en Dirección y Mercadotecnia (UPAEP), obteniendo mención honorífica por investigación, suma cum laude y el premio Abelardo Sánchez Gutiérrez. Realizó una estancia en Oklahoma State University (2012). colaboradora del cuerpo académico Planeación, Evaluación e Innovación Curricular (LAEL-BUAP). Miembro de la Semiotic Society of America. Miembro-fundadora de ELF Consortium Network LATAM-Finland.

Correspondencia: *doraivonne.alvarez@upaep.mx*

Autor 2 Mtra. Claudia Rebeca Méndez Escarza:

Diseñadora de la Comunicación Gráfica por la UAM-Xochimilco y Maestra en Teoría del Diseño por la UDLAP. Sus intereses profesionales y de investigación son el diseño centrado en el humano, el diseño de experiencias y el diseño de información. Como parte de su labor profesional organiza actividades de difusión sobre diversos temas de la industria creativa. Perteneció al comité editorial de la Revista A&H, al Comité Ejecutivo de ideas, a la Academia de Diseño de Proyectos Web así como a la Academia de Desarrollo e Investigación en Diseño y Publicidad. Es miembro fundador del consorcio internacional de investigadores ELF-Network.

Correspondencia: *claudiarebeca.mendez@upaep.mx*

Autor 3 Mtra. María del Carmen Williams Pellico:

Doctora en Pedagogía; ha publicado artículos de las líneas de Creatividad, Ética, Formación de Identidad en la Publicidad, Historia de la Publicidad. Ha sido ponente en diversos foros educativos. Pertenece al Centro de Investigación en Humanidades y Estudios de la Conducta, y al grupo de Investigación en Creatividad.

En el área profesional fue Directora de Arte en la Agencia Brand Quo y posteriormente formó su despacho de Diseño y Publicidad.

Ha impartido clases en la Universidad Iberoamericana, la Universidad Anáhuac, el Tecnológico de Monterrey, y la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

Correspondencia: mariadelcarmen.williams@upaep.mx

Autor 4 Mtro. Manuel Ponce de León Palacios

Maestro en diseño de información con más de diez años de experiencia como diseñador y como docente. Ha impartido clases a nivel licenciatura y posgrado en programas relacionados al diseño y la comunicación persuasiva. Actualmente es profesor de medio tiempo en el decanato de artes, humanidades y ciencias sociales de posgrados UPAEP. Con enfoque en la aplicación del diseño estratégico al aprendizaje. Interesado en la intersección transdisciplinar entre el diseño y las ciencias, sus proyectos de investigación están enfocados en la aplicación de herramientas matemáticas al diseño y la aplicación de herramientas de representación en la enseñanza de las matemáticas.

Correspondencia: manuel.poncedeleon@upaep.mx

Autor 5 Mtra. Sandra Elisa Roura Espinosa:

Licenciada en Diseño Gráfico por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, y Maestra en Diseño de Información por la Universidad de las Américas Puebla. Ha sido Diseñadora Gráfica en diversos despachos. En el campo de la Docencia ha impartido las asignaturas de Edición Digital, Diseño Web, Diseño de Marca, Fundamentos del Diseño Digital, entre otras. Actualmente es Catedrática de Tiempo Completo en la Facultad de Diseño UPAEP, así como Diseñadora Freelance para clientes externos.

Correspondencia: sandraelisa.roura@upaep.mx

Estrategia transversal para el desarrollo de Investigación en Diseño y Publicidad

Resumen:

Este proyecto surge en el 2015 como diálogo entre profesores con inquietudes similares en torno a la investigación en el contexto de los programas de licenciatura y posgrado en Diseño y Publicidad de la UPAEP. Así, se han unido esfuerzos conformando una academia y desarrollando un plan de intervención dado que se observó que los estudiantes en éstas áreas, asocian la investigación con connotaciones negativas y presentan dificultad en procesos básicos de investigación formales, derivando en una actitud de rechazo y temor. Sin embargo, dado que la investigación es un factor fundamental en el desarrollo de procesos de diseño y publicidad en estos niveles educativos, se requerían espacios y estrategias de formación que permitieran que los resultados de dichas investigaciones lograran un impacto más allá de los procesos de titulación y obtención de grado. Ante la necesidad de desarrollar estrategias que permitan impulsar y motivar la función de investigación de las licenciaturas y posgrados en Diseño y Publicidad, este proyecto plantea un conjunto de estrategias transversales y la conformación de una Academia desde la cual se implementa el plan estratégico. La intervención se realiza tomando como fundamento la premisa de que la retroalimentación entre los distintos niveles de estudio permite enriquecer los procesos de investigación, fortalecer las líneas de investigación y la calidad en el desarrollo de proyectos. Hasta el momento, se han logrado instaurar anualmente dos eventos de diálogo académico, en Primavera Café Research y en Invierno el Coloquio de Investigación en los que participan alumnos y profesores de nivel preparatoria, licenciatura y posgrado. Se ha contado con la colaboración de ponentes nacionales e internacionales reconocidos en las conferencias magistrales y los paneles de discusión, se ha impulsado la presentación de proyectos en eventos y concursos y actualmente se trabaja en el desarrollo de una publicación periódica.

Palabras Clave: diseño gráfico, innovaciones educativas, investigación, publicidad, transversalidad

Presentación

“La investigación es ver lo que todos han visto y pensar lo que nadie había pensado” (Albert Szent-Gyorgyi en Leonard y Ambrose, 2013, p.6)

Entendiendo que la investigación es un factor fundamental en el desarrollo de procesos de diseño y publicidad en estos niveles de educación superior, se requerían espacios y estrategias de formación que permitieran que los resultados de dichas investigaciones logaran un impacto más allá de los procesos de titulación y obtención de grado.

Dado que entre los docentes y directores de los programas de licenciatura y posgrado en Diseño y Publicidad en UPAEP había un interés en promover la actividad académica de investigación en los programas, y una preocupación sobre las mejores formas para desarrollar dichas competencias, desde el 2014 se comenzó a intuir la necesidad de sumar esfuerzos para conformar una academia y desarrollar un plan de intervención que beneficiara a los programas involucrados. Sin embargo, no fue sino hasta 2015 que se decidió constituir formalmente una Academia de carácter transversal, única en su tipo dentro de la universidad con fines específicos orientados hacia el desarrollo y la investigación.

Cabe destacar que en áreas disciplinares asociadas al diseño y a la publicidad, debido a la naturaleza del área de estudio y de sus orígenes, existe un temor y rechazo, incluso desinterés, y desinformación sobre la importancia de la investigación, de manera que en muchas ocasiones, no se reconoce la relación de la investigación con el área profesional. Por otro lado, hay poco registro y documentación, del proceso de investigación en el área. Se ha experimentado incluso rechazo por parte de algunos profesores con respecto.

Contexto y situación de la molestia

Esta experiencia educativa parte de una problemática compartida entre programas de licenciatura y posgrados en las áreas de Diseño Gráfico, Diseño Gráfico y Digital, Diseño y Producción Publicitaria y los posgrados en Diseño y Publicidad de la UPAEP.

Las problemáticas compartidas detectadas fueron: a) necesidad de desarrollar estrategias que permitieran impulsar las función de investigación de las licenciaturas y posgrados en Diseño y Publicidad. b) Se observó que el estudiante de licenciatura y posgrado, asocia la investigación con connotaciones negativas y presentaba dificultad para realizar procesos básicos en proyectos de investigación formales, derivando en una actitud de rechazo y temor, que a su vez alimenta los significados negativos asociados con la investigación al grado de considerarla como un elemento aislado al acto de diseñar. c) Dado que en los programas de licenciatura y posgrados en Diseño y Publicidad de UPAEP se está consciente de la importancia de preparar a los estudiantes en temas de investigación para ser capaces de desarrollar proyectos con conocimiento de causa, se reconoció la necesidad de que los proyectos de investigación tuvieran espacios para su divulgación. d) La conexión investigación-titulación ha provocado efectos contraproducentes, pues, después de haber concluido las asignaturas de desarrollo de proyectos tardaban mucho tiempo en terminar su proceso de titulación. Algunos se detuvieron indefinidamente u optaron por otra vía, acrecentando más el rechazo a la investigación.

Ante este escenario, se detectó la oportunidad de colaborar transversalmente para fortalecer las líneas de investigación, convirtiendo las competencias de investigación para el diseño y la publicidad en un factor de fortaleza en el perfil de los estudiantes. Por otro lado, se tomó como premisa inicial que la retroalimentación entre los distintos niveles de estudio permite enriquecer los procesos de investigación y de desarrollo de proyectos de mayor calidad que los desarrollados hasta entonces. Podría decirse que, los factores comunes entre los programas

participantes que motivaban una búsqueda compartida y la posibilidad de unir esfuerzos se resumen en: formalizar las actividades de investigación y los procesos asociados a ella en el campo del diseño y la publicidad, impactar en el desarrollo de los programas educativos y vinculación con otras áreas.

Propósito de la experiencia

El objetivo de esta experiencia educativa es desarrollar un conjunto de estrategias que permitan impulsar y motivar la función de investigación de las licenciaturas y posgrados en Diseño y Publicidad mediante la conformación de una Academia desde la cual se ha implementado un plan estratégico que enfatiza el trabajo transversal. Los beneficiarios directos son los estudiantes de licenciatura y posgrados en diseño y publicidad. Al tiempo se verían beneficiados también estudiantes de Bachilleratos UPAEP y los catedráticos de los distintos programas.

Para lograrlo, se consideraron acciones clave tales como: la constitución y operación de una academia transversal y el diseño e implementación de un plan estratégico desde la Academia de Desarrollo e Investigación en Diseño y Publicidad que permita implementar acciones que favorezcan el desarrollo de competencias de investigación, la divulgación de avances y resultados así como la construcción de redes de colaboración.

Estrategia

Eyssautier (2006) define la investigación como un proceso sistemático que permite obtener respuestas a preguntas importantes y significativas a través de métodos de obtención e interpretación de información. Particularmente, autores en el ámbito del diseño y la publicidad

destacan que un proyecto de diseño, consiste en tomar una serie de de decisiones, y cuanto más fundadas sean, más sólido será el resultado. Puntualiza también que “la investigación es la principal herramienta para conseguir el conocimiento necesario para tomar las decisiones y las elecciones más apropiadas e informadas” (Leonard y Ambrose 2013, p. 6).

Esta intervención ha sido desarrollada sobre la base del método investigación-acción, que, de acuerdo con Schuiling y Vermaak (2017) se manifiesta en cuatro contextos que se interrelacionan productivamente: aportando valor práctico -que favorece la búsqueda de similitudes que facilitan la multidisciplinariedad y el trabajo colaborativo-, mejorando las instituciones -para intervenir en el desarrollo de mejoras para el trabajo procedimental, alineando ambientes, negociando objetivos y facilitando el trabajo sistémico-, desarrollando profesiones - mediante el trabajo de manera colegiada en actividades comunes para el desarrollo del talento humano en sus diferentes roles- e investigando la teoría - problematizando, revisando la literatura, y conduciendo procesos de investigación para construir esquemas operables sobre la base de conceptos, interrelaciones y conocimiento-.

Este método permite establecer conexiones significativas entre contextos de manera transversal y entre pares a través de la interacción productiva; se trata de un modelo de multicontexto que puede promover la construcción de un código común, la comprensión de problemáticas comunes y específicas, el reconocimiento de expectativas y creencias y la apertura a apreciar las diferencias como un elemento fructífero para el crecimiento y la mejora. Esta forma de trabajo permite orientar los esfuerzos en proyectos concretos y tópicos que permiten la discusión y la reflexión.

Las dos acciones estratégicas implementadas para lograrlo consistieron en:

A) Formación de una academia de Desarrollo e Investigación en Diseño y Publicidad.

Con el objetivo de apegarse a la Tercera Línea Rectora de los SAPS (Sistemas Académicos de Auténtica Pertinencia Social), se crea la academia DIDyP, (Academia de Desarrollo e Investigación en Diseño y Publicidad) en la cual, para favorecer el desarrollo de los procesos de investigación en el área de diseño y publicidad, se integran también los bachilleratos UPAEP, la Facultad de Diseño, y la Dirección Académica de Posgrados en Diseño y Publicidad. Esta academia entró en funcionamiento oficialmente el 14 de agosto de 2015. Sin embargo, tiene como antecedente un primer esfuerzo por formar una sub-academia que tocaba temas similares en el 2014. Cada programa realizaba esfuerzos desarticulados que sirvieron como experiencias educativas precedentes para la generación de un plan estratégico colaborativo. De acuerdo con la Guía para la Conformación y Operación de Academias en la UPAEP (Innovación Educativa, 2015) se convocó a una reunión a Directores de los Programas Académicos en cuestión, docentes titulares de las asignaturas asociadas a la investigación, docentes titulares de asignaturas profesionalizantes y también se consideró importante convocar a un representante de la Dirección de Investigación y de los Bachilleratos UPAEP. En la sesión de constitución de Academia se definieron por votación los cargos de Coordinador y Secretario cuyas actividades tendrían una duración de un año, y posteriormente se realizaron nuevas votaciones. Hasta el momento, se han contado con dos coordinadores y dos secretarios. Para esta primera acción destaca la búsqueda de la conformación de una academia transversal cuya naturaleza permitiera el intercambio, el diálogo, la riqueza de saberes a partir de las diversas perspectivas y la conjugación de esfuerzos colaborativos.

B) Las estrategias desarrolladas por la Academia DIDyP incluyen los siguientes componentes:

1. Coloquio de Investigación para el Diseño y la Publicidad

Este evento se realiza en Invierno, incluyendo entre sus dinámicas conferencias magistrales con expertos, presentación de avances y resultados de proyectos de investigación de estudiantes y docentes en paneles en los que los asistentes ofrecen retroalimentación y comentarios, exposición de carteles de investigación y concursos de carteles de investigación, este último diseñado para estudiantes de los Bachilleratos UPAEP.

El primer coloquio de esta naturaleza se realizó en el 2014 en el que sólo participaron estudiantes de Diseño Gráfico y Digital. Esta estrategia se incorporó al plan de la academia, creciendo en participantes, calidad de los proyectos y actividades realizadas. Actualmente, participan estudiantes de las licenciaturas en Diseño y Producción Publicitaria, Diseño Gráfico y Digital, la Maestría en Diseño y Comunicación Persuasiva, la Maestría en Dirección y Producción Publicitaria, Bachilleratos UPAEP, invitados especiales, docentes en activo de los diferentes programas y estudiantes de los distintos niveles. También se ha contado con la presencia de padres de familia, orientadores educativos y autoridades. El último coloquio que hasta el momento se ha realizado fue en diciembre de 2016 con la participación de más de cien investigadores en fase inicial, intermedia o final, y se planea la 5a edición del Coloquio de Investigación en Diseño y Publicidad para diciembre 2017.

2. Café Research en Primavera

Esta actividad se inicia, en Posgrados en Diseño y Publicidad, debido a la conjunción de dos factores: por un lado la necesidad de ofrecer comentarios durante el proceso de investigación de los estudios elaborados por los estudiantes de las Maestrías en Diseño y Publicidad y por otro debido a que los profesores de estos programas trabajan, todos, bajo el esquema hora-clase.

En 2012, la dirección académica de los posgrados invitaba a profesores y alumnos a tomar café para dialogar sobre las experiencias en investigación (de ahí su nombre) que los mismos

profesores habían tenido mientras ellos estudiaban y al mismo tiempo para ofrecer <<consejos>> a los estudiantes que ahora debían realizar investigaciones.

En 2016, y debido a la necesidad de continuar con la orientación en otro momento del ciclo escolar, se retoma el concepto original de esta actividad... <<tomar café para compartir>> experiencias, ideas y sugerencias en torno a la investigación y al desarrollo de proyectos que realizan los estudiantes. Gracias a la gran cantidad de estudiantes que participan (estudiantes de ambas licenciaturas y ambas maestrías) para la edición de mayo 2017, se incorporan los estudiantes de la Especialidad en Diseño de Proyectos Web y se establece una logística de diálogo al estilo del denominado <<speed dating>>. De este modo, durante 30 o 40 minutos, en cada mesa un profesor asignado y algunos estudiantes (quienes deben cambiar de mesa después de compartir) dialogan sobre 3 o 4 proyectos. Por mesa se expone y se escucha de voz de los propios investigadores las propuestas y/o avances en las que cada estudiante ha estado trabajando durante el periodo. Los presentadores se apoyan en material infográfico.

Uno de los elementos particulares de este diálogo es que al estar sentados en la mesa, tomando café y conversando, el ambiente se torna informal pero el conocimiento y la retroalimentación se enriquecen al escuchar ideas de por lo menos ocho personas más. Es decir, la rotación de estudiantes ocurre tres veces en poco más de una hora.

3. Concurso de carteles sobre investigación

Una vez conformada la Academia, a partir de agosto 2015 se tuvieron pláticas con el Mtro. Francisco Rosillo de la dirección de bachilleratos, quien designó a la Mtra. Mara Rugerio del plantel Santiago y al Mtro. Mauricio Castellanos del plantel Sur, como representantes de bachilleratos en la Academia DIDyP.

Después de varias reuniones, se llega al acuerdo de la participación de bachilleratos en el

3er Coloquio de investigación, a realizarse en diciembre 2015. Los Mtros. Mara Rugerio y Mauricio Castellanos, desde las clases de diseño y diseño digital en el área de arte y diseño, promueven la invitación a los alumnos para participar diseñando carteles en torno a la temática del diseño y la investigación.

Es así que el 3 de diciembre se reciben 35 carteles para ser montados y expuestos los días del Coloquio, 10 del plantel sur y 25 del plantel Santiago. Los carteles se someten a concurso en donde un jurado conformado por maestros de la Facultad de Diseño y de Posgrados en Diseño y Publicidad reconocen el esfuerzo realizado y se decide premiar a el 1er, 2do y 3er lugar, el día 10 de diciembre 2015. Las alumnas ganadoras fueron Sofía Anahí Barradas, Maria Alicia Cordero e Ilse Martínez.

Para el IV Coloquio, la dinámica en cuanto a la participación con los bachilleratos fue la misma, sólo que se amplió la convocatoria de participación en carteles y se instituyó la Convocatoria para presentar cartel temático. En esta ocasión fueron 19 los participantes.

4. Implementación de rúbricas

Un aspecto relevante de las estrategias diseñadas para compartir avances, experiencias y resultados de investigación, es la obtención de retroalimentación por parte de pares, docentes y expertos asistentes. Por lo que fue necesario establecer algunos criterios para cada dinámica y entre ellos la formulación de rúbricas y formatos que son entregados a los comentaristas en eventos como el Coloquio y el Café Research, y la evaluación del concurso de carteles. La diversidad de posibilidades de productos de investigación requirió establecer elementos generales para la evaluación. Las características de cada actividad, también han demandado especificidad en el tipo de rúbricas de las que destacan dos: 1) la usada para Café Research, en la que se describen las etapas de un proceso de investigación, los elementos deseables en términos

de avance y calidad para cada una de ellas y una sesión de comentarios; 2) la rúbrica para presentaciones orales en el marco del Coloquio de Investigación, en que no sólo se evalúa el contenido, el desarrollo y el avance, sino que se incorporan también los rubros de presentación, apoyos visuales y expresión oral, fundamentales para la realización de presentaciones profesionales que acerquen a los alumnos a una experiencia similar a la de un examen profesional.

5. Proceso formal de trabajo

Así como la dinámica propia de actividades requirió de la estandarización, diseño y formalización de instrumentos de retroalimentación como las rúbricas, en este proceso de investigación-acción se han podido realizar importantes avances en la estandarización de formatos y documentos, así como la implementación de mecanismos que son útiles para cada programa para la dictaminación de protocolos y anteproyectos. En este sentido es posible mencionar la estandarización del formato de protocolo de investigación para los programas de licenciatura en Diseño Gráfico y Digital y de Diseño y Producción Publicitaria, así como las cartas de consentimiento de directores y asesores para cada uno de los proyectos, la estructura del documento de investigación y las cartas de dictamen para protocolos. También se ha implementado en varios programas la presentación de un video de no más de cinco minutos, y fue necesario entrar en una dinámica de capacitación docente para los catedráticos de los diferentes programas académicos que se han involucrado activamente en el acompañamiento y asesoramiento en calidad de directores o asesores. Se ha incorporado también el apoyo del Centro de Escritura de la UPAEP, quienes brindan asesorías a los documentos escritos presentados por los estudiantes una vez que solicitan el apoyo a través de la plataforma en línea.

6. Conferencias magistrales

Como parte del Coloquio, desde 2014, ya sea al inicio o al final de los días de exposición, se invita a algún investigador o profesional del área a charlar con estudiantes y profesores en la conferencia magistral.

En el 2014, la conferencia magistral del Coloquio de Posgrados, el diseñador de Vasava, Antoni Sélles, creador del estudio español, compartió con la audiencia algunos de sus trabajos y experiencias profesionales. Le siguió la plática de la Dra. María González de Cossío quien compartió algunos de sus trabajos de investigación que forman parte de su vida profesional y de su vida académica.

En el siguiente año, 2015, ya en conjunto con la Academia DIDyP, y como parte de la clausura del 3er Coloquio de Investigación para el Diseño y la Publicidad, el Dr. Julio Frías Peña, conocido investigador y defensor de la contribución del diseño en el país, conversó con nosotros sobre la importancia de la investigación en el área. Expuso tanto datos interesantes así como motivaciones y reflexiones al respecto de la investigación en México.

El año pasado, el Mtro. Roberto Hidalgo Rivas comparte, en la inauguración del IV Coloquio de Investigación para el Diseño y la Publicidad, sus experiencias profesionales en torno a la investigación y a los logros obtenidos con exposiciones, tanto a nivel nacional como internacional.

7. Divulgación:

En Verano de 2017 se da la oportunidad de trabajar en conjunto con el Museo UPAEP para la exhibición de carteles de investigación producto de los proyectos presentados en Café Research 2017 dado que en el formato de inscripción a este evento se solicitaba la entrega de un cartel infográfico a manera de síntesis de los avances de su proyecto.

Las autoridades del museo ponen a disposición de la academia una sala de exposición. Con

el objetivo de divulgar los trabajos de investigación que realizan los alumnos de diseño y publicidad se decide aprovechar el espacio para exponer una selección de trabajos infográficos en la que los alumnos de licenciatura y posgrado presentan aspectos generales de los proyectos de investigación que realizan para la obtención del grado correspondiente. Este material serviría a tres propósitos: 1) como evidencia para evaluación de los avances del proyecto en el curso correspondiente, 2) como proceso de síntesis que permite esclarecer las ideas al tener que utilizarlas en el formato de un cartel, mismo que sirve como material de apoyo en el ejercicio de café research y 3) como producto para exposición en el museo.

De los 45 alumnos inscritos en Café Research 2017 se realizó una dictaminación para seleccionar los 14 trabajos más sobresalientes que se expusieron en el museo UPAEP.

La exposición intitulada <<No sólo hacemos dibujitos; experiencias de investigación en diseño y publicidad>> tiene como propósito, además de servir como espacio de divulgación del trabajo de los alumnos, mostrar que nuestros <<dibujitos>> son en realidad el resultado de una profunda y rigurosa investigación que abarca; revisión teórica, conocimiento del contexto, estudio de campo con los usuarios destino, pruebas de prototipos y otras herramientas.

En esta exposición, el visitante aprecia proyectos de los alumnos inscritos en los programas de la Licenciatura en Diseño Gráfico y Digital, la Licenciatura en Diseño y Producción Publicitaria, la Especialidad en Diseño de Proyectos Web, la Maestría en Diseño y Comunicación Persuasiva y la Maestría en Dirección y Producción Publicitaria.

Obstáculos y logros

En este proceso se ha logrado la consolidación de los proyectos a través de: a) síntesis, b) exposición, c) networking y, d) recepción de retroalimentación. Así como la generación de confianza y la minimización de temores sin olvidar que todas estas acciones se han convertido en

parte del proceso de formación y desarrollo en cada uno de los programas académicos en sus diferentes niveles, es decir, se ha incorporado a la vida académica de manera cotidiana. Los diferentes escenarios de exposición y divulgación han impactado positivamente en la seguridad del alumno al presentar ante un jurado o públicos diversos sus trabajos.

Aunado a esto surgen sentimientos positivos, en torno al desarrollo de la investigación, evidenciados por comentarios como <<me gustó>>, <<me dijeron cosas interesantes que no había pensado>>, hasta el típico comentario <<estuvo padre>>. Además de crear, en algunos casos, relaciones profesionales entre los diferentes niveles (licenciatura, especialidad y maestría) para colaborar en el desarrollo del estudio.

Como efectos positivos de los esfuerzos antes mencionados se tiene registro también de la participación de estudiantes de bachillerato, licenciatura y posgrados como ponentes en Congresos Nacionales e Internacionales, quienes han participado y ganado premios en concursos de investigación. Lo que ha favorecido el sentido de impacto fuera del aula. Destacan la participación de proyectos de licenciatura en los eventos Expociencias Regionales y Nacionales, el concurso de Becas CONCYTEP, la Bienal de Diseño, el Congreso de la Asociación Mexicana de Semiótica Visual y del Espacio, el Congreso de Diseño de la Universidad de Palermo, por mencionar algunos.

Actualmente se integra la primera edición de una publicación arbitrada a partir de los proyectos desarrollados por los estudiantes y presentados en los eventos oficiales de Coloquio.

Aprendizajes

a) El trabajo colaborativo requiere de disposición de las partes. En esta experiencia educativa, se puede hablar de éxito gracias a que, quienes se han sumado, han ofrecido su tiempo, disposición, conocimiento y voluntad, pero también han demostrado confianza en los

demás y apertura para compartir y construir.

b) Aunque el sistema de creencias de un estudiante o incluso de un maestro hacia la investigación para el diseño y la publicidad puede ser un factor de inicio cargado de connotaciones negativas, es posible modificar la percepción, favorecer el cambio de perspectiva y motivar a acciones concretas que hagan diferencia.

c) Se ha reconocido el potencial de la investigación como un componente que podría convertirse en una característica deseable tanto para el estudiante, el docente y el contratante reforzando significativamente el perfil de egreso de los estudiantes de UPAEP en estas áreas.

Conclusiones

Esta experiencia educativa se considera innovadora dentro de UPAEP ya que es la primera academia transversal con fines de investigación en el ámbito del diseño y la publicidad; conforme el tiempo pasa, las estrategias iniciales se consolidan y nuevas estrategias se incorporan para fortalecer el alcance de esta intervención. El proceso ha sido enriquecedor gracias a la disposición y colaboración de los miembros de la academia, así como de la planta docente de cada programa incluyendo docentes de tiempo completo, parcial y hora clase. Los estudiantes han incorporado como parte de su quehacer cotidiano la participación en eventos de esta naturaleza con fines de retroalimentación, difusión, y networking; ya no les resulta extraño y aunque siempre se sienten nerviosos, su disposición a trabajar estos temas va mejorando. Los esfuerzos de la academia han permitido también favorecer el sentido de comunidad y pertenencia así como el autoconocimiento y la autoconfianza.

Referencias

Dirección General de Innovación Educativa del Sistema UPAEP (2016). *Guía para la*

Conformación y Operación de Academias en la UPAEP. México: UPAEP

Eyssautier, M. (2006). *Metodología de la investigación. Desarrollo de la inteligencia.* México: Cengage Learning.

Leonard, N. y Ambrose, G. (2013). *Investigación en el diseño. Para lograr soluciones creativas con éxito.* Barcelona: Parramón Arts and Design.

Schuiling, G. & Vermaak, H. (2017). Four contexts of action research: crossing boundaries for productive interplay. *International Journal of Action Research* 13 (1), 5-25.