

FORMACIÓN EN PREGRADO Y TRANSFERENCIA CULTURAL. ESTUDIO SOBRE MARCAS GRÁFICAS EN CANARIAS

BERNARDO ANTONIO CANDELA SANJUÁN

DEPARTAMENTO BELLAS ARTES, UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA, SANTA CRUZ DE TENERIFE, ESPAÑA

NOA REAL GARCÍA

DEPARTAMENTO BELLAS ARTES, UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA, SANTA CRUZ DE TENERIFE, ESPAÑA

RECIBIDO: 14 DE OCTUBRE DE 2025 // ACEPTADO: 05 DE MARZO DE 2026

ESTE ARTÍCULO ANALIZA EL PAPEL DE LA FORMACIÓN EN PREGRADO EN LA LEGITIMACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN EN DISEÑO Y SU IMPACTO SOCIAL, A PARTIR DE UN TRABAJO FIN DE GRADO EN DISEÑO GRÁFICO (TFG). EL CASO ANALIZADO CORRESPONDE AL PROYECTO MARCAS CON FUNDAMENTO, DEFENDIDO EN LA UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA EN 2023, CENTRADO EN EL ESTUDIO HISTORIOGRÁFICO DE MARCAS GRÁFICAS CANARIAS. METODOLÓGICAMENTE, EL PROYECTO ADOPTÓ UN ENFOQUE MIXTO —HISTORIOGRÁFICO, CUALITATIVO Y PROYECTUAL— ARTICULADO COMO INVESTIGACIÓN A TRAVÉS DEL DISEÑO Y ORGANIZADO EN CINCO FASES, CON UNA MUESTRA DE 30 MARCAS GRÁFICAS. LOS RESULTADOS PERMITIERON IDENTIFICAR PATRONES DE EVOLUCIÓN VISUAL, CONSTRUIR UN ARCHIVO GRÁFICO Y DESARROLLAR DIVERSOS PRODUCTOS DE TRANSFERENCIA CULTURAL, ENTRE ELLOS UNA PUBLICACIÓN EDITORIAL, UNA PÁGINA WEB, UN JUEGO DIDÁCTICO Y UNA EXPOSICIÓN PÚBLICA. LAS CONCLUSIONES DEMUESTRAN QUE EL TFG PUEDE OPERAR COMO UN LABORATORIO DE INVESTIGACIÓN APLICADA, INTEGRANDO TEORÍA Y PRÁCTICA, FORTALECIENDO LA IDENTIDAD TERRITORIAL Y DEMOCRATIZANDO LA CULTURA VISUAL. A PARTIR DE ESTE CASO, SE PROPONE UN MODELO REPLICABLE DE TRANSFERENCIA UNIVERSIDAD–SOCIEDAD APLICABLE A CONTEXTOS EDUCATIVOS Y CULTURALES.

PALABRAS CLAVE: HISTORIOGRAFÍA DEL DISEÑO, PATRIMONIO GRÁFICO, TRABAJO FIN DE GRADO, MARCA GRÁFICA, TRANSFERENCIA CULTURAL.

70



Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-
NoComercial-SinDerivadas 4.0 (CC BY-NC-ND 4.0).

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-
NoDerivatives 4.0 International License (CC BY-NC-ND 4.0).

INTRODUCCIÓN

El Trabajo Fin de Grado (TFG) constituye en la universidad española la culminación del proceso formativo del alumnado y, al mismo tiempo, una oportunidad para iniciar un camino en la investigación académica. Esta asignatura, de carácter obligatorio, resulta clave en la titulación del Grado en Diseño, dado que en ella se recoge la evaluación de un gran número de competencias específicas y genéricas. Además, permite articular conocimientos proyectuales con procesos de análisis, sistematización y reflexión crítica.

En España, la consolidación de los estudios de diseño como titulaciones universitarias a partir de 2010 supuso un avance en el reconocimiento académico de la disciplina, pero todavía persisten debates sobre su carácter científico y la legitimidad de sus métodos de investigación (Margolin, 2005; Bonsiepe, 2005). Dentro de este contexto, los TFG se han convertido en espacios estratégicos para experimentar metodologías y generar proyectos que respondan a exigencias académicas y tengan un impacto cultural y social.

Este estudio plantea la pregunta de investigación: ¿De qué manera un Trabajo Fin de Grado en diseño puede operar como un dispositivo de investigación aplicada y transferencia cultural desde la formación en pregrado?

El caso analizado, el TFG titulado *Marcas con fundamento*. Un recorrido historiográfico por las marcas canarias más relevantes del sector de la alimentación (Hernández García, 2023), constituye un ejemplo de cómo la investigación en diseño puede trascender el marco académico. El trabajo recopiló y analizó marcas históricas canarias y construyó un corpus del que derivaron productos de transferencia: una publicación editorial, un juego didáctico, una página web y una exposición institucional.

El objetivo de este artículo es analizar el proceso completo del proyecto, describiendo la metodología aplicada, los resultados y el impacto cultural generado, así como reflexionar sobre la relevancia del TFG como semillero de investigación y transferencia en el ámbito del diseño.

MARCO TEÓRICO

El diseño contemporáneo, entendido como práctica cultural, social y proyectual, ha avanzado en su legitimación académica. Este reconocimiento ha implicado una revalorización de la investigación en diseño y de sus formas de generar conocimiento, especialmente en contextos educativos donde los trabajos finales de título se han convertido en espacios de exploración metodológica y de transferencia. Este artículo aborda tres cuestiones complementarias: (1) la investigación en diseño y su papel formativo; (2) la relación entre diseño, cultura y patrimonio gráfico; y (3) la función del TFG como espacio de generación y transferencia de conocimiento.

INVESTIGACIÓN EN DISEÑO Y FORMACIÓN ACADÉMICA

La investigación en diseño se ha consolidado como campo autónomo apoyada en una tradición teórica que reconoce su especificidad. *Designerly Ways of Knowing* (Cross, 1982) describe cómo los diseñadores producen conocimiento mediante síntesis visual, exploración material y pensamiento proyectual. Esta perspectiva permite comprender que la investigación en diseño no replica modelos epistemológicos de otras disciplinas, sino que desarrolla modos propios de indagación basados en el hacer y la reflexión en la acción.

Margolin (2005) sitúa la investigación en diseño en una red de comunidades discursivas que comparten marcos metodológicos diversos. Sostiene que, desde los años cincuenta, el campo ha evolucionado desde métodos racionales hacia un modelo plural donde convergen historia, teoría, crítica, pedagogía y práctica profesional. El valor del diseño radica en su diversidad epistemológica, que permite entenderlo como actividad social y cultural.

Fascara et al. (2023) destacan el carácter interdisciplinar y colaborativo del diseño contemporáneo. La investigación en diseño, afirman, requiere diálogo con sociología, historia, comunicación y antropología, dado que los productos del diseño son también productos culturales.

En el contexto académico español, la investigación en diseño ha alcanzado legitimación institucional. Como señala Songel González (2011, p. 9), “se ha logrado demostrar que la investigación en diseño puede desarrollarse en los tres niveles de investigación reconocidos en la Unión Europea —básica, aplicada y de desarrollo tecnológico—”.

Ante la cuestión de si el diseño debe entenderse como medio o fin de la investigación, Ynoub (2020, p. 26) retoma el paradigma *for-through-about* de Frayling (1993), Findeli et al. (2008) y Herrera Batista (2010), que distingue investigación para, sobre y a través del diseño. Proyectos académicos, como los TFG, operan como espacios de investigación aplicada para ensayar metodologías propias de la disciplina.

La enseñanza del diseño gráfico ha estado vinculada al modelo del taller, centrado en el hacer y poco permeable a la reflexión metodológica. Mendoza (2016) propone reestructurar esta enseñanza situando la investigación como eje del aprendizaje, sustituyendo contenidos cerrados por preguntas. Integrar investigación en los talleres favorece la apropiación de procesos cognitivos —análisis, inferencia, síntesis y evaluación—, fortalece la dimensión académica y forma diseñadores-investigadores capaces de generar conocimiento crítico.

En esta línea, Ghajargar y Bardzell (2019) sostienen que los programas contemporáneos deben integrar pensamiento crítico, metodología y práctica proyectual, para contextualizar decisiones en marcos culturales y sociales amplios. Así, el diseño deja de concebirse como actividad instrumental y se configura como proceso de investigación y comunicación cultural.

El enfoque *Educational Design Research* (EDR) propuesto por McKenney y Reeves (2020) resulta pertinente para la enseñanza universitaria: un proceso cíclico de diseño, implementación, evaluación y refinamiento orientado a resolver problemas reales y generar conocimiento teórico. Aunque concebido para el ámbito educativo, su aplicación al diseño cultural y social es directa: los TFG funcionan como proyectos donde teoría y práctica convergen en resultados tangibles.

DISEÑO, CULTURA Y PATRIMONIO GRÁFICO

El diseño, entendido como cultura, se inscribe en una red de significados materiales y simbólicos. Julier (2010) acuñó el concepto de cultura del diseño para referirse a las relaciones entre objetos, imágenes y sistemas visuales que configuran identidades colectivas, permitiendo comprender el diseño gráfico como fenómeno social y político.

En el ámbito del patrimonio gráfico, Harland et al. (2024) propone el concepto de *graphic heritage* para describir los materiales visuales —marcas, tipografías, señalética, anuncios— que actúan como testimonios de la historia cultural y económica de una

comunidad. Su investigación en la Universidad de Loughborough estructura el concepto en tres dimensiones: medios —soportes visuales—, significados —valores simbólicos— y medidas —formas de conservación y transmisión—. La escasez de archivos gráficos sistemáticos en Canarias limita estudios comparativos y refuerza la necesidad de proyectos académicos que documenten y preserven estos materiales, como en Marcas con fundamento.

Desde la teoría del diseño cultural, Lees-Maffei & Houze, (2021) señalan que los objetos patrimoniales funcionan como “ubicadores simbólicos” que conectan colectividades con tiempos y lugares específicos. En contextos periféricos, la recuperación del patrimonio gráfico opera como estrategia de identidad territorial. En Canarias —donde la globalización coexiste con un fuerte sentido de identidad local— las marcas comerciales han actuado como símbolos de pertenencia.

Harland (2024) amplía este enfoque al ámbito urbano, subrayando que la herencia gráfica de las ciudades contribuye a construir un paisaje visual que comunica historia y pertenencia. En Canarias, la investigación sobre patrimonio gráfico es aún incipiente, sólo impulsado por asociaciones como Insula Signal.

El estudio de la evolución de las marcas canarias contribuye a una teoría del diseño gráfico localizada, articulando contexto, práctica e identidad cultural. El patrimonio gráfico integra investigación, educación y divulgación, preservando y releendo la memoria visual desde la práctica contemporánea.

EL TFG COMO ESPACIO DE INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA CULTURAL

En el contexto universitario, el TFG suele concebirse como una prueba de evaluación final, pero cada vez más instituciones lo reconocen como oportunidad para desarrollar investigación en diseño con impacto social y cultural. Para el alumnado, este formato puede derivar en continuidad profesional o académica, al transformar la práctica académica en proyectos con proyección real.

Esta concepción se alinea con Ramírez-Montoya y García-Peñalvo (2018), quienes subrayan la importancia de fomentar competencias investigativas y de transferencia desde etapas tempranas de la formación universitaria. El TFG puede entenderse como una intervención educativa y cultural, que integra investigación básica, aplicada o de desarrollo tecnológico. No se trata únicamente de un informe, sino de una experiencia donde el estudiante articula teoría, método y práctica para generar conocimiento con valor social.

Estudios internacionales demuestran esta orientación. Sandoval Gallegos et al. (2025) identifican, cómo el 52% de 227 trabajos de grado en diseño gráfico en Ecuador se orientan a manifestaciones de cultura popular. Setlhatlhanyo et al. (2019) analizan un TFG realizado en la Universidad de Botswana donde el alumnado transfiere motivos étnicos tradicionales en productos contemporáneos respetuosos con su sentido simbólico. Lee y Waller (2016) y Lee y Bain (2016) evidencian su función como plataformas de intercambio intercultural. En conjunto, estos trabajos posicionan el TFG como laboratorio de investigación formativa que vincula educación superior, innovación social y cultura del diseño. Fortalecer estos espacios implica formar diseñadores-investigadores capaces de generar conocimiento situado, afrontar desafíos contemporáneos y construir puentes entre universidad y sociedad.

No obstante, en el contexto de Canarias no se identifican investigaciones formales que analicen de manera sistemática el

aporte de los TFG en diseño al proceso de valorización del patrimonio gráfico y cultural. Esta ausencia evidencia una brecha de conocimiento en torno al rol que puede desempeñar la formación en pregrado en la activación, mediación y resignificación del patrimonio gráfico territorial, brecha que el presente artículo busca contribuir mediante el análisis de un caso de estudio.

En particular, se busca analizar cómo un TFG en diseño puede operar como un dispositivo formativo de investigación aplicada y transferencia cultural en el contexto canario. Para ello, se examina el proceso completo de un TFG centrado en el estudio historiográfico de marcas gráficas de Canarias, atendiendo tanto a sus objetivos de investigación como a los productos generados: editoriales, didácticos y digitales, orientados a activar, mediar y difundir el patrimonio gráfico estudiado.

OBJETIVO GENERAL

Analizar cómo el TFG en diseño puede operar como un dispositivo formativo de investigación aplicada y transferencia cultural, a partir del estudio de un caso situado en el contexto canario.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar el proceso metodológico del TFG como experiencia de investigación a través del diseño, considerando la articulación entre análisis historiográfico, desarrollo proyectual y divulgación.
2. Construir y analizar un corpus de marcas gráficas canarias que permita identificar su evolución histórica, formal y cultural desde la perspectiva del diseño gráfico.
3. Examinar el rol de los productos generados —editoriales, didácticos y digitales— como mecanismos de mediación y transferencia cultural del patrimonio gráfico.
4. Reflexionar sobre el potencial del TFG como modelo formativo replicable de articulación entre formación en pregrado, investigación en diseño y transferencia universidad-sociedad.

METODOLOGÍA

El enfoque general del estudio consideró las siguientes perspectivas: 1) historiográfica: orientada a la recopilación y análisis de fuentes documentales y visuales sobre el patrimonio gráfico de las marcas canarias; 2) cualitativa: centrada en la interpretación de testimonios, memorias y percepciones a través de entrevistas semiestructuradas; y 3) proyectual: que articula el conocimiento generado en productos de diseño —publicación editorial, web, juego didáctico e identidad visual—. Por su parte, la metodología del TFG se concibió como un proceso flexible, iterativo y de carácter proyectual, articulado en torno a las seis fases que se presentan a continuación.

1. PLANTEAMIENTO

Tuvo como objetivo definir la viabilidad y el alcance investigativo del tema, delimitando su campo de aplicación y relevancia social. Incluyó una reflexión inicial sobre la potencialidad del estudio de las marcas canarias como patrimonio gráfico, identificando su valor histórico, cultural y comunicativo. Durante esta etapa se formularon objetivos preliminares que paulatinamente fueron afinándose, ajustándose a los hallazgos emergentes y a las limitaciones derivadas del acceso a fuentes o materiales gráficos. Esta fase permitió establecer las bases conceptuales y metodológicas sobre las que se sustentó el proyecto.

2. INVESTIGACIÓN

Esta fase se desarrolló a lo largo de todo el proyecto. Su finalidad fue recopilar, contrastar y verificar información histórica, gráfica y testimonial sobre marcas canarias. Incluyó un proceso de búsqueda sistemática de proyectos, archivos y estudios previos relacionados con la temática, publicados a nivel local, nacional e iberoamericano. El corpus inicial quedó conformado por 60 marcas de distintos sectores. Posteriormente, se elaboró un directorio de marcas con: nombre, sector de actividad y año de fundación. Finalmente, se definieron parámetros de selección: 1) origen y actividad de la marca en Canarias, 2) pertenencia al sector alimentario, 3) relevancia social y presencia en la vida cotidiana, y 4) disponibilidad de material documental y gráfico verificable.

Para validar la representatividad y vigencia de las marcas en la memoria colectiva se aplicó una entrevista semiestructurada y cuestionario tipo Likert a 7 canarios nacidos entre 1930 y 1950. El registro de anécdotas, recuerdos y percepciones sobre las marcas permitió incorporar la dimensión emocional del diseño. La selección final estuvo compuesta por 30 marcas representativas de cuatro sectores: aguas y bebidas, lácteos, productos alimentarios y otros bienes de consumo.

3. IDEACIÓN

Tras la investigación, se plantearon estrategias de comunicación y difusión, los soportes y productos que materializarían los resultados. Además, se definió el público objetivo —estudiantes, profesionales y ciudadanía interesada en el patrimonio gráfico—, los productos derivados —identidad visual, publicación editorial, juego didáctico y web—, y los contextos de aplicación y canales de divulgación.

4. DESARROLLO

En la cuarta fase se recopiló, analizó y representó gráficamente el corpus final. Se localizaron y digitalizaron materiales visuales —logotipos, envases, anuncios, etiquetas— pertenecientes a las marcas seleccionadas, atendiendo a su evolución formal y tipográfica. Se elaboraron fichas analíticas individuales para cada marca, con datos históricos, descripciones visuales y análisis de identidad gráfica (Figura 1). Esto permitió estructurar el relato visual e identificar patrones de cambio en el diseño canario del siglo XX y comienzos del XXI. En paralelo, se definió la estructura general del libro, el tono discursivo y la jerarquía de contenidos. Además, se redactaron los textos considerando la información histórica y el análisis visual consolidando el proyecto como investigación aplicada, ya que los datos se transformaron en material gráfico y textual para su difusión científica y cultural.

5. FORMALIZACIÓN

La quinta fase consistió en materializar los productos, articulando la dimensión investigadora con la práctica proyectual. Se diseñó la identidad visual del proyecto, incluyendo un sistema de iconos y recursos gráficos que hicieran referencia a la estética de las marcas estudiadas. Este lenguaje visual se aplicó en la publicación editorial, en fichas de análisis, web y material didáctico. Además, se formalizaron tres productos orientados a la transferencia y divulgación de los resultados de investigación: 1) una publicación editorial, 2) un juego didáctico y 3) un sitio web. Todos ellos se describen en la sección resultados.

6. DIVULGACIÓN

La última fase abordó el diseño e implementación de la exposición Canarias diseña. Canarias diseñada, donde se formalizaron los hallazgos en un dispositivo de mediación cultural.

Datos generales de la marca gráfica
Fuente Alta
AGUA DE MANANTIAL
SPRING WATER

Nombre: **FUENTEALTA**
Año de fundación: **1975**
Fundada en: **VILAFLOR, TENERIFE**

Tipología de marca: **LOGOTIPO CON ACCESORIO**
Año de creación: **2018**
Autor o autora: **FLECHER.CO**

Tipo de nombre: **DESCRIPTIVO**
Idioma: **CASTELLANO**
Estrategia de obtención del nombre: **REFERENTE AL LUGAR**

Análisis y evaluación de las marcas gráficas
En esta ficha podrás ver datos e información sobre el análisis gráfico de la marca.

VERSION 1.0 / 2022
Ficha perteneciente a las herramientas desarrolladas para el Trabajo Fin de Grado.

Signos visuales
En este apartado se analiza gráficamente los signos visuales que componen la marca gráfica, como el logotipo y/o el símbolo.

Tipología: **MODIFICADA**
Tipografía: **DESCONOCIDA**
Caja: **ALTA Y BAJA**
Peso: **NEGRITA**
Estilo: **SANS SERIF**
Anchura: **REGULAR**
Familia: **LINEAL**

Factores de forma y especiales del logotipo
DEGRADADO, DISTORSIÓN, CONTORNO, TEXTURA, Dimensionalidad PLANA, Tonalidad OSCURA, Dirección VERTICAL, Fondo (Contraste) ALTO, Agrupamiento ARMÓNICO, Proximidad SEPARACIÓN.

Factores de forma y especiales del símbolo
Tipología: **ALTA Y BAJA**
Composición: **SANS SERIF**
Perspectiva: **GEOMÉTRICA**
DEGRADADO, DISTORSIÓN, TONALIDAD OSCURA, DIRECCIÓN CUADRADA, Dimensionalidad PLANA, Tonalidad OSCURA, Dirección CUADRADA, Fondo (Contraste) ALTO, Agrupamiento ARMÓNICO, Proximidad SEPARACIÓN.

Signo cromático
Gama cromática: **FRÍOS Y CÁLIDOS**
Intersacción: **MONOCROMÁTICOS**
Cromatismo: **DISCRETO**
Azul marino, Azul cian, Rojo.

Estructura
Contraste, Simetría, Inestabilidad, Fragmentación, Complejidad, Distorsión, Profundo, Yuxtaposición, Angulosidad, Verticalidad, Armonía, Asimetría, Equilibrio, Unidad, Sencillez, Realismo, Plano, Singularidad, Redondez, Horizontalidad.

Signo lingüístico o verbal
Signo tipográfico → EL LOGOTIPO
Signo iconográfico → EL SÍMBOLO

MARCA GRÁFICA SIN SÍMBOLO



FIGURA 1. Ficha de análisis de marca gráfica. Autor: Óscar Hernández García.

RESULTADOS

Los resultados que se exponen a continuación muestran la evolución del TFG, desde su origen académico inicial hasta los procesos de transferencia cultural y social. Esta transición permite observar cómo la investigación historiográfica se transforma progresivamente en productos comunicativos y participativos. Los resultados se organizan en tres dimensiones: 1) académica, 2) proyectual y 3) expositiva.

1. DIMENSIÓN ACADÉMICA: EL TFG COMO INVESTIGACIÓN HISTORIOGRÁFICA EN DISEÑO

El TFG Marcas con fundamento (MCF) constituyó un ejercicio de investigación historiográfica centrado en la reconstrucción de la evolución visual y simbólica de 30 marcas canarias vinculadas al sector alimentario. El trabajo reveló los siguientes patrones y transformaciones en la historia del diseño canario:

- **Evolución estilística.** Una progresiva simplificación formal desde logos ornamentales de mediados del siglo XX hacia identidades visuales más abstractas y geométricas a partir de los años 80, en consonancia con tendencias internacionales.
- **Influencia de la modernidad y el turismo.** Muchas marcas de los años 60 y 70 incorporaron lenguajes visuales asociados al turismo y la exportación, buscando posicionar los productos locales en mercados globales.
- **Persistencia de símbolos identitarios.** Pese a la modernización, las marcas mantuvieron elementos de “canariedad” —palmas, volcanes, referencias al sol y al mar— como signos de pertenencia cultural.
- **Adaptaciones tecnológicas.** La digitalización en los años 2000 implicó la vectorización y estandarización de los signos, lo que transformó su relación con los soportes materiales y la identidad visual corporativa.
- **Perspectiva emocional.** Las marcas se asociaron a experiencias cotidianas, consolidando el vínculo entre identidad gráfica y memoria colectiva.

2. DIMENSIÓN PROYECTUAL: DEL TRABAJO ACADÉMICO A LA PUBLICACIÓN, SITIO WEB Y JUEGO DIDÁCTICO

Un resultado significativo fue su evolución hacia productos de divulgación: una publicación editorial, una web y un juego didáctico.

EL PROYECTO EDITORIAL COMO EJE VERTEBRADOR DE DIVULGACIÓN

La publicación constituye la aplicación principal del TFG y busca convertirse en una obra de referencia sobre el patrimonio gráfico de Canarias. La concepción del libro siguió los principios de la investigación proyectual: ideación, estructuración, prototipado y testeo. Los objetivos comunicativos del libro se centraron en divulgar los resultados del TFG, acercar la historiografía del diseño gráfico al público general y ofrecer un material didáctico para la enseñanza universitaria del diseño. La estructura del libro se dividió en tres grandes bloques: 1) introducción y contextualización donde se plantea la motivación personal y el marco de investigación; 2) cuerpo principal con el análisis de 19 marcas organizadas por sectores y acompañadas de material visual restaurado; y 3) un listado de figuras y referencias documentales a modo de anexos. En cuanto al tratamiento visual, la publicación combina imágenes de archivo, reproducciones vectoriales y material gráfico original. Se caracteriza por un diseño sobrio y una paleta tipográfica modernista, estilo que dominó parte del

diseño canario de mediados del siglo XX. Se cuidó la composición y la jerarquía visual para facilitar una lectura analítica, en la que texto e imagen se complementan como unidades de información (Figura 2).

LA PÁGINA WEB COMO EXTENSIÓN DIGITAL DEL PROYECTO

La web constituyó una extensión digital de la investigación y un recurso de transferencia cultural que facilitó la difusión del proyecto más allá del entorno académico. Fue concebida como un espacio de acceso público y divulgación cultural destinado a presentar, contextualizar y difundir los resultados del TFG. El objetivo principal fue mostrar una síntesis del proyecto, trasladando parcialmente los contenidos de la publicación editorial a un formato digital accesible. Además, operó como prototipo que permitió evaluar la claridad comunicativa del análisis historiográfico. Para ello, se seleccionó una marca por cada sector analizado, con el fin de ofrecer una visión general del trabajo realizado y su alcance investigativo (Figura 3).

EL JUEGO DIDÁCTICO COMO HERRAMIENTA DE TRANSFERENCIA CULTURAL

El juego buscó transformar la investigación en una experiencia de aprendizaje lúdica. Su mecánica propone el desafío de reunir las ocho islas del archipiélago, al responder correctamente preguntas. Cada acierto otorga una isla y gana la partida quien complete el conjunto. Además, incluyó dos grupos de preguntas: vinculadas a la identificación gráfica —reconocer, ordenar o comparar logotipos— y de datos históricos —asociar marcas con su origen, década o productos icónicos—. Esto permitió abordar simultáneamente la dimensión visual y documental del patrimonio gráfico. Los componentes creados fueron cuatro mazos de cartas diferenciados por color, un dado piramidal de cuatro caras que indica el color del mazo y las figuras de las ocho islas, que representan el objetivo final del juego (Figura 4). Desde una perspectiva investigativa, el juego funcionó como prototipo pedagógico que reveló qué elementos del análisis marcaron eran más fácilmente asimilados y cuáles requerían reformulación.

3. DIMENSIÓN EXPOSITIVA: LA TRANSFERENCIA CULTURAL A TRAVÉS DE LA EXPOSICIÓN

El tercer nivel de resultados se materializó en la exposición Canarias diseñada. Canarias diseñada. Recorrido por el diseño gráfico que ha marcado nuestras vidas, abierta del 28 de septiembre al 20 de octubre de 2023 en la Sala de Exposiciones de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de La Laguna.

La muestra trasladó los resultados de MCF al formato expositivo. El recorrido se organizó en cinco etapas cronológicas que estructuraban una línea del tiempo del diseño gráfico canario. Cada etapa integró paneles explicativos, fichas técnicas de marcas y vitrinas con materiales originales y reproducciones —envases, etiquetas, piezas promocionales—. En total, se exhibieron 50 marcas seleccionadas según criterios de relevancia histórica, económica y representatividad sectorial. La exposición incluyó materiales audiovisuales —como anuncios televisivos desde la década de 1960 hasta la actualidad (Figuras 5 a 7).



FIGURA 2. Publicación *Marcas con fundamento* (2023). Autor: Óscar Hernández García.



FIGURA 3. web. www.marcasconfundamento.com. autor: Óscar Hernández García.



FIGURA 4. Ejemplos de cartas. Autor: Óscar Hernández García.



FIGURA 5. Cartel expositivo de Canarias diseña, Canarias diseñada. Autor: Emeterio Suárez.



76



FIGURA 6. Inauguración de Canarias diseña, Canarias diseñada (2023). Autor: Emeterio Suárez.



FIGURA 7. Asistente a la exposición *Canarias diseña, Canarias diseñada*. Autor: Emeterio Suárez.

EL IMPACTO DEL PROYECTO

El impacto potencial del proyecto puede analizarse en tres planos complementarios:

- **Académico:** contribuye a visibilizar la investigación universitaria en diseño, mostrando el potencial de los TFG como plataformas de transferencia y divulgación científica.
- **Profesional:** favorece la generación de vínculos entre diseñadores, asociaciones, empresas locales y museos, ampliando oportunidades de colaboración e investigación aplicada.
- **Cultural:** aporta a la construcción de un relato sobre la historia visual de Canarias, integrando memoria, industria y educación, y posicionando el diseño gráfico como parte del patrimonio cultural contemporáneo del archipiélago.

El proyecto evidencia el potencial del TFG para trascender el ámbito académico e integrar investigación, divulgación y transferencia cultural. Sin embargo, la falta de evaluación sistemática impide determinar con precisión su alcance. Futuras investigaciones podrían incorporar entrevistas, análisis de recepción y estudios de experiencia para valorar cambios en significados y percepción del patrimonio gráfico.

DISCUSIÓN

El caso analizado evidencia el valor del TFG como espacio de aprendizaje e investigación en la formación universitaria en diseño. Este tipo de proyectos integran práctica, teoría y compromiso social, demostrando cómo la universidad puede preservar patrimonio gráfico, fortalecer identidad territorial y democratizar la cultura visual.

EL TFG COMO ESPACIO FORMATIVO DE INVESTIGACIÓN

En diseño, el TFG es un espacio para desarrollar competencias investigadoras que integran pensamiento crítico, metodología y práctica proyectual. La investigación en diseño interpreta y transforma fenómenos mediante la acción proyectual (Frayling, 1993; Cross, 1982). El caso analizado muestra que el proceso trasciende el documento académico y se materializa en dispositivos comunicativos que hacen transferible el conocimiento.

El TFG funciona como investigación aplicada, donde el estudiante asume un rol activo en la producción de conocimiento. El estudio historiográfico de marcas canarias permitió no solo sistematizar datos visuales, sino analizar el papel del diseño en la historia económica y social del archipiélago, evidenciando su dimensión social, económica y simbólica.

LA CULTURA DEL DISEÑO COMO MARCO DE INTERPRETACIÓN

Desde la perspectiva de la cultura del diseño (Julier, 2010), el diseño es un fenómeno cultural que produce significado y cohesión social. MCF asume esta premisa al abordar las identidades visuales como narrativas que reflejan valores e historia colectiva.

En línea con Bonsiepe (2005), el proyecto adopta una concepción del diseño con conciencia histórica y social, entendido como herramienta de memoria y democratización cultural. La recopilación y análisis de marcas no solo rescatan documentos visuales, sino que los reinterpretan desde el presente, visibilizando la contribución de profesionales y empresas regionales en la construcción de la identidad canaria.

La exposición Canarias diseña. Canarias diseñada amplía esta lectura al configurar un espacio experiencial donde imágenes, objetos y relatos convergen en un ecosistema de significados (Julier, 2010) favoreciendo procesos de memoria compartida y apropiación patrimonial.

EL IMPACTO CULTURAL Y SOCIAL DEL DISEÑO A TRAVÉS DE LA TRANSFERENCIA

El proyecto muestra que la investigación universitaria puede generar impacto social cuando se orienta a la transferencia cultural, materializada en cuatro dispositivos: publicación editorial, página web, juego didáctico y exposición. Esta última funcionó como espacio de encuentro entre universidad, sector profesional y ciudadanía en torno a la historia del diseño gráfico en Canarias. Asimismo, el proyecto ofrece una lectura territorial del diseño al evidenciar su papel en la afirmación cultural y el desarrollo económico, reforzando su función como mediador entre universidad, sociedad y patrimonio.

RELEVANCIA EDUCATIVA E INSTITUCIONAL

De acuerdo con Frascara et al. (2023), la educación en diseño debe orientarse a comprender el impacto social de los productos visuales. En este sentido, el proyecto constituye una experiencia formativa integral que combina rigor metodológico, pensamiento crítico y compromiso cultural. Su proyección en una publicación y una exposición institucional confirma que la investigación en diseño puede alcanzar legitimidad académica equiparable a otras disciplinas.

El reconocimiento institucional obtenido refuerza el papel estratégico del diseño en las políticas culturales y educativas del territorio, integrándolo en dinámicas de desarrollo cultural y social.

LIMITACIONES Y APRENDIZAJES

El proyecto presenta limitaciones que matizan su alcance. Al tratarse de un estudio de caso único, la transferibilidad de los resultados es limitada. La disponibilidad desigual de archivos empresariales generó vacíos documentales que afectaron el análisis historiográfico y condicionaron decisiones curatoriales, pudiendo introducir sesgos en la representación del patrimonio visual. La web incluye solo una muestra parcial de marcas por restricciones técnicas y legales, y el juego didáctico no fue evaluado externamente, lo que impide medir con precisión su eficacia educativa. Estas limitaciones, junto con la articulación simultánea de investigación y producción proyectual, evidencian la necesidad de ajustar metodología y expectativas.

CONCLUSIONES

El caso MCF evidencia que el TFG en diseño puede constituir un espacio sólido de iniciación investigadora capaz de generar conocimiento aplicado con impacto académico, cultural y social. La integración de investigación historiográfica, trabajo de campo y desarrollo proyectual fortaleció competencias críticas y consolidó el rol del diseñador-investigador.

En el plano cultural y social, el proyecto demuestra que el diseño puede activar procesos de memoria e identidad colectiva, devolviendo a la comunidad una comprensión tangible de su patrimonio visual. Institucionalmente, reafirma el papel estratégico del diseño en el desarrollo territorial.

De cara al futuro, se abren diferentes líneas, como crear un archivo digital de patrimonio gráfico canario, la ampliación del estudio a otros sectores productivos y fortalecer las redes de colaboración entre universidad, profesionales e instituciones culturales.

En definitiva, el estudio subraya que la formación en diseño debe orientarse a capacitar profesionales capaces de investigar, crear y transferir conocimiento, contribuyendo a la consolidación académica del campo y al fortalecimiento de la cultura del diseño en contextos periféricos.

REFERENCIAS

- Bonsiepe, G. (2005, 24 de junio). Diseño y democracia. [Conferencia en la UTEM, Universidad Tecnológica Metropolitana] Santiago de Chile, Chile. http://www.guibonsiepe.com/wp-content/uploads/2019/04/Conferencia_Chile_2005_pdf.zip
- Cross, N. (1982). Designerly Ways of Knowing. *Design Studies*, 3(4), 221-227. [https://doi.org/10.1016/0142-694X\(82\)90040-0](https://doi.org/10.1016/0142-694X(82)90040-0)
- Frascara, J., Gardien, P., Noël, G., Rosenberg, D., Stappers, P. J., & Wilde, D. (2023). Towards strengthening Methods in Design Education and Practice. In D. Jones, N. Borekci, V. Clemente, J. Corazzo, N. Lotz, L. M. Nielsen, L.-A. Noel (eds.), *The 7th International Conference for Design Education Researchers*, 29 November - 1 December 2023, London, United Kingdom. <https://doi.org/10.21606/drsldx.2024.029>
- Frayling, C. (1993). Research in art and design. *Royal College of Art Research Papers*, 1(1). https://researchonline.rca.ac.uk/384/9/frayling_research_in_art_and_design_1993_OCR.pdf
- Ghajargar, M., & Bardzell, J. (2019). What design education tells us about design theory: a pedagogical genealogy. *Digital Creativity*, 30(4), 277-299. <https://doi.org/10.1080/14626268.2019.1677723>
- Harland, R. G. (2024). Developing an explanatory hypothesis for urban graphic heritage through the observation of physical traces. *The Design Journal*, 27(3), 511-532. <https://doi.org/10.1080/14606925.2024.2339651>
- Harland, R. G., Bridge, J., Nash, M., & Rabagliati, M. (2024). Utilising Graphic Heritage for Heritage Interpretation: A Case Report on Testing the Applicability of Graphic Heritage as a Development Tool for UNESCO Heritage Designations. *Heritage & Society*, 17(1), 117-143. <https://doi.org/10.1080/2159032X.2023.2248580>
- Hernández García, O. (2023). *Marcas con fundamento: un recorrido historiográfico por las marcas canarias más relevantes del sector de la alimentación* (Trabajo Fin de Grado, Universidad de La Laguna). <http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/33969>
- Julier, G. (2010). *La Cultura del Diseño*. Editorial GG.
- Lee, D. Y., & Bain, J. (2016). Developing a Cross-Cultural Design Methodology: A study of UK-South Korean Collaboration in Higher-Education Design. *The Global e-Learning Journal*, 5(2). <https://research.gold.ac.uk/id/eprint/20273/>
- Lee, D. Y., & Waller, M. (2016). Cross-cultural design learning tool: Cross-cultural design (CCD) approach: A study of South Korean student projects in collaboration with Goldsmiths, University of London, UK. In P.-L. P. Rau (Ed.), *Cross-cultural design: 8th International Conference, CCD 2016*, held as part of HCI International 2016, Toronto, Canada, July 17-22, 2016 (pp. 89-97). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-40093-8_10
- Lees-Maffei, G. & Houze R. (2021). *Design and Heritage: The Construction of Identity and Belonging*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003096146>
- Margolin, V. (2005). *Las políticas de lo artificial. Ensayos y estudios sobre diseño*. Editorial Designio.
- McKenney, S., & Reeves, T. C. (2020). *Conducting Educational Design Research*. Routledge.
- Ramírez-Montoya, M., & García-Peñalvo, F. (2018). Co-creation and open innovation: Systematic literature review. *Comunicar*, 54, 09-18. <https://doi.org/10.3916/C54-2018-01>
- Sandoval Gallegos, M. G., Oviedo Cevallos, F. V., & Villacrés Pumaguallé, M. L. (2025). Influencia de las manifestaciones culturales en los trabajos de titulación de Diseño Gráfico en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 6(3), 1850-1862. <https://doi.org/10.56712/latam.v6i3.4081>
- Setlhatlhanyo, K. N., Marope, O., Moalosi, R., & Sealetsa, O. J. (2019). Developing creative product designs inspired by ethnic cultural heritage: A case study of design students at the University of Botswana. *Form Akademisk - Research Journal of Design and Design Education*, 12(5). <https://doi.org/10.7577/FORMAKADEMISK.2489>
- Songel González, G. (2011). La investigación en diseño. *Boletín IMPIVA Disseny*, (26):8-10. <https://riunet.upv.es/handle/10251/72795>
- Ynoub, R. (2020). Epistemología y metodología en y de la investigación en Diseño. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, 82. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi82.3711>

BERNARDO ANTONIO CANDELA SANJUÁN

bcanfels@ull.edu.es

CARRERA DE DISEÑO, UNIVERSIDAD DE CHILE

ORCID ID: 0000-0002-3994-3300

DOCENTE E INVESTIGADOR EN DISEÑO EN LA FACULTAD DE BELLAS ARTES DE LA UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA. MIEMBRO DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN EN DISEÑO (ULL), PERTENECE A DIVERSAS REDES INTERNACIONALES DE INVESTIGACIÓN EN DISEÑO Y A LA ASOCIACIÓN DE PROFESIONALES DE DISEÑO DE CANARIAS. SU INVESTIGACIÓN ABORDA LAS POLÍTICAS DE DISEÑO, EL DISEÑO DE POLÍTICAS, LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y LA INNOVACIÓN.

NOA REAL GARCÍA

nrealgar@ull.edu.es

DEPARTAMENTO BELLAS ARTES, UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA, SANTA CRUZ DE TENERIFE, ESPAÑA

ORCID ID: 0000-0002-3669-8653

PROFESORA AYUDANTE DOCTOR EN DISEÑO EN LA UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA (ULL) Y DIRECTORA DEL AULA CULTURAL DE DISEÑO. ES DOCTORA INTERNACIONAL EN CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN POR LA UNIVERSITÉ SAVOIE MONT BLANC Y EN BELLAS ARTES - DISEÑO POR LA ULL. FORMA PARTE DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN EN DISEÑO, DE LA ASOCIACIÓN VISUAL MODI Y DE LA FUNDACIÓN HISTORIA DEL DISEÑO.