

Intereses e ideas de los aspirantes a ingresar a la carrera de diseño gráfico

MORÁN-DELGADO, Gabriela*†, MARRUFO-FANG, María Julieta y TORRES-REYES, Liliana Iveth.

*Universidad Autónoma de Coahuila
Universidad Lasalle Laguna
Universidad Autónoma de Coahuila.*

Recibido Enero 27, 2016; Aceptado Marzo 11, 2016

Resumen

La investigación versa sobre los elementos que consideran los aspirantes a ingresar a la carrera de diseño Gráfico. Las variables y atributos para sustentar la elección de la carrera de diseño basada en los aspectos que los jóvenes muestran en el bachillerato enfatizan los intereses y el contexto donde se desarrolla el profesional de la carrera. La muestra fue de 70 estudiantes con 38 variables analizadas y 36 seleccionadas con métodos estadísticos para la propuesta. Los tratamientos incluyeron estadística de tendencia central, análisis factorial y análisis de selección multivariada de variables. Los resultados muestran los elementos de interés de los aspirantes al elegir la carrera, el contexto donde desean desempeñarse. Así también una propuesta influenciada por las ideas y el acomodo de las variables, donde además de la atracción por el diseño en medios de comunicación y la participación en empresas creativas, los aspirantes consideran lo que les agrada, la influencia de los amigos, la Institución donde se imparte la carrera y el bachillerato donde proceden.

Diseño Gráfico, interés, aspirantes

Citación: MORÁN-DELGADO, Gabriela, MARRUFO-FANG, María Julieta y TORRES-REYES, Liliana Iveth. Intereses e ideas de los aspirantes a ingresar a la carrera de diseño gráfico. *Revista de Docencia e Investigación Educativa* 2016, 2-3: 48-55

Abstract

The research treats the elements that are consider by the candidates to enter the career of Graphic Design. The attributes and variables to support the Design Career's election based on aspects, which young people show in high school, emphasize interests and context where professional career develops. The sample was of 70 students with 38 analyzed variables and 36 selected with statistical methods for the proposal. Treatments included central tendency statistics, factorial analysis and multivariate analysis of variable selection. The results show the elements of interest of candidates to select the career, the context where they wish to perform. And also a proposal influenced by the ideas and the variables arrangement, where besides the attraction for design in media and participation in creative businesses, applicants believed what they like, the influence of friends. The Institution where the career is taught and the high school were they come from.

Graphic design, interests, applicant

* Correspondencia al Autor (Correo Electrónico: gabriela.moran.delgado@uadec.edu.mx)

† Investigador contribuyendo como primer autor.

Introducción

El Diseñador Gráfico genera formas gráfico-expresivas para satisfacer necesidades de comunicación visual que demandan los distintos sectores sociales, valiéndose de procesos metodológicos y técnicas instrumentales, imágenes, signos, señales, símbolos, ideas y conceptos novedosos y creativos que representen y emitan sensaciones, emociones, información y conocimiento.

La formación en esta área permite que los profesionales lleven a cabo con espíritu crítico, propositivo e innovador diversas actividades como el diseño de carteles, anuncios espectaculares, envases y embalajes de productos, juegos y materiales didácticos; así como realizar animaciones en cine o televisión, y efectuar labores relacionadas con el diseño museográfico de galerías de arte.

Explicación del tema en general y explicar porque es importante. (UNAM 2016).

El presente estudio hace una revisión sobre los elementos que consideran los aspirantes a ingresar a la carrera de Diseño Gráfico, considerandose a nivel nacional como una carrera con alta demanda, sin embargo la problemática se presenta en el caso particular de la Universidad Lasalle Laguna, donde dicha demanda ha ido en decremento. El trabajo se centra en la hipótesis donde se percibe que falta información y/o difusión de la carrera en la región conurbada de la Comarca Lagunera.

El estudio se realiza con una población de 100 jóvenes, estudiantes de bachillerato de diversas instituciones de Educación Media Superior, Públicas y Privadas de la ciudad de Torreón Coahuila y Gómez Palacio Durango.

En la primera parte del artículo se muestran los estudios que refieren a datos sobre la demanda de la carrera, estudios de elección de la carrera y otros que enmarcan elementos distintivos del Diseño Gráfico a nivel Nacional e Internacional.

El siguiente apartado muestra la metodología que se sigue en el trabajo así como algunos datos relevantes del diseño y aplicación del instrumento de recolección de información y los tratamientos estadísticos que se realizaron.

En el apartado de Resultados referimos a datos obtenidos con los tratamientos estadísticos y sus respectivas inferencias. Y por último en las Conclusiones se muestran las aportaciones principales del presente estudio, a partir de la obtención de un modelo donde resaltan aspectos relevantes para los jóvenes como su carácter, la familia, revistas, libros, asociaciones entre otras en su decisión de elegir la carrera de Diseño Gráfico.

Marco de referencia

Datos del Observatorio Laboral sobre los profesionales del Diseño Gráfico muestran lo siguiente: Existen 18,421 ocupados; el ingreso promedio nacional de los mismos es de \$10,101; las principales ocupaciones son diseñador de accesorios, de alhajas, calzado, modas, industria del vestido y diseño de prendas de vestir.

Las Competencias específicas refieren a diseño, ilustración, teoría del color, historia del vestido, diseño y patronaje por computadora.

Técnicas de dibujo artístico, sistema de medidas y de patronajes, técnicas de costura a mano y a máquina, confección a nivel de alta costura e industrial, marketing de modas, publicidad, escaparatismo. Mercados locales e internacionales de la moda, esto en lo que refiere a Conocimientos; así también creatividad, innovación, originalidad, capacidad de análisis e investigación, capacidad de organización y gestión, orientación a resultados, destreza manual y digital y una correcta visión cromática, como Habilidades y entusiasmo, seguridad, disciplina y perseverancia para alcanzar metas profesionales sus actitudes.

Se indica que en el ciclo escolar 2014-2015 la inscripción a la carrera fue de un total de 15,713 y en relación a los egresados señala que la cantidad es de 2,547, donde predominan las mujeres. (Observatorio 2016).

Un Estudio exploratorio realizado por la Universidad de Córdoba en estudiantes universitarios muestra que la población de estudiantes de Diseño Grafico agrupa estudiantes de menor edad comparado con otras poblaciones; Los progenitores de los estudiantes de la Carrera de diseño Gráfico son los que han alcanzado mayor nivel de estudios; entre esta población no se muestra que existan familiares con carrera afín; se observa que en el segundo año de la carrera, los estudiantes de Diseño Gráfico muestran una mayor incertidumbre que las otras dos carreras, sobre lo que puede ofrecer el futuro vinculado a la carrera, situación que se relaciona con la franja etaria de la carrera. (Gómez 2014).

Tena Parera en su libro Diseño Gráfico y Comunicación refiere que aun cuando las fuentes del Diseño Gráfico no son sólo de carácter artístico sino también de la Retórica, Semiótica, Psicología e informática consideradas como disciplinas científicas consolidadas, suele ser habitual que los diseñadores gráficos realicen sus proyectos bajo premisas un tanto subjetivas y poco cuantificables como criterios personales, gustos o estilos que esten de moda, la propia experiencia profesional o prácticas rutinarias que se han asentado en la profesión a lo largo de la historia sin tener una comprobación científica. (Tena Parera 2005).

En lo que refiere a planes y programas de estudio, planteles educativos donde se imparte la carrera de Diseño Gráfico Dialma refiere que “El trabajo de los docentes seguirá siendo rescatar el motivo por el que se contrata a un diseñador grafico, mismo que debe ser porque somos expertos en comunicación visual y lo mínimo que se debería empezar a hacer para cambiar la percepción de esta profesión, es preguntar, preguntar y seguir preguntando porque “la creatividad en diseño requiere una inteligencia objetiva y flexible de manera de poder entender las intenciones del cliente y las posibles percepciones de una amplia gama de receptores potenciales” (Frascara 2000), porque los estudiantes deben ser conscientes de presentar un proyecto con fundamentos y tener el compromiso consciente de crear puentes entre el cliente y su grupo objetivo, sabiendo que tenemos efecto sobre la gente de transformar una realidad existente por una realidad deseada. No basta con utilizar el sentido común, debemos saber lo que estamos hablando”. (Dialma n.d.)

Las profesiones deben cubrir las expectativas y exigencias de la sociedad “En el Diseño Gráfico, el docente debe facilitar métodos que estimulen el inconsciente y liberen la creatividad, ya que en ésta área, además de producir resultados extraordinarios e interesantes, se deben dar soluciones a los problemas de la comunicación visual”. (Elías 2005).

Dentro de los elementos que e deben considerar importantes en la formación y desempeño del profesional del diseño gráfico Palacios González y Rivera Díaz en su documento “el Patrimonio del Diseño Gráfico: resignificación de la tradición” ponen de manifiesto que el patrimonio cultural es un insumo necesario para la creación del Diseño Gráfico y que la comprensión de la historia es una de las materias primas para la creatividad. (Palacios González 2008).

En relación al contacto que los estudiantes de diseño gráfico con el ámbito profesional, Camacho Bobadilla refiere que “Al vincularse el alumno con el ámbito laboral local, regional y/o nacional, se ve beneficiado de distintas formas, una de las más importantes la reputación, que se define como la opinión que la gente tiene de una persona o cosa. Señalan que no se percibe igual a un alumno que realizó prácticas profesionales y/o servicio social en una empresa creativa, que otro que no lo hizo. Se refleja en la confianza del estudiante, la reputación del programa educativo y de la propia Universidad. (Camacho Bobadilla 2015).

Los medios electrónicos son un aspecto relevante en la carrera del diseñador gráfico: “En verdad, la WWW es un nuevo y complejo campo para el diseño gráfico. Su particular arquitectura y las múltiples posibilidades de añadir imágenes móviles en animación o en vídeo, fotos, gráficos y textos en un ambiente interactivo, exigen un estudio de diseño gráfico mucho más profundo, porque al revés que el grafismo impreso, aún no ha habido tiempo para establecer patrones estables para la reciente interfaz gráfica de la Red.

El diseño gráfico deberá seguir adquiriendo protagonismo en la construcción de la nueva sociedad de la información que anticipa Internet. Las páginas web, que son, hoy por hoy, el escaparate visible del futuro de la información digital, se desarrollan con celeridad al integrar técnicas de comunicación visual, diseño cognitivo, diseño de la estructura de navegación hipermedial y, por supuesto, de diseño gráfico” (Bastos de Quadros 1999).

Metodología

Esta investigación tiene como universo a los aspirantes a ingresar a la carrera de Diseño gráfico de diversos bachilleratos, públicos y privados de la Comarca Lagunera. Con una muestra de 70 estudiantes seleccionados de manera accidental a quienes se les aplicó un cuestionario de 38 variables obtenidas mediante la entrevista a estudiantes que acudieron a la Feria Vocacional de la Universidad Lasalle Laguna, con cuyos resultados se elaboró un instrumento sometido a consulta de expertos en el área educativa recabando observaciones y recomendaciones. Se aplicó la prueba piloto a un grupo de 10 estudiantes de bachillerato aspirantes a cursar la carrera de diseño Gráfico, obteniéndose confiabilidad en el valor de α que permitió aplicarla extensivamente con respuestas anónimas y confidenciales.

Se realizó un análisis de estadística descriptiva, con el se seleccionaron 36 variables todas consistentes con $Z > 1.96$ mismas sobre las que versan las conclusiones del estudio; análisis de frecuencias con las variables escuela de procedencia, género, edad y semestre; análisis factorial con 36 variables en la modalidad Centroides, que extrajo 10 factores con un 66.3% de explicación del fenómeno analizado. Para presentar una propuesta en base a las ideas y al acomodo de las variables se realizó un análisis de selección multivariada de variables. De los tratamientos anteriores se elaboraron tablas para responder a la interrogante de la investigación y generar conclusiones.

Resultados

De 38 variables los resultados del análisis de frecuencias en las variables que refieren a los datos personales fueron los siguientes: Se encuestó una muestra de 70 estudiantes de 9 escuelas de educación Media Superior, donde se obtienen los siguientes porcentajes por escuela:

Escuela	Sujetos	Acumulado	%	% Acumulado
Idea	2	2	2.85	2.85
Jesús maría Chavarria	1	3	1.42	4.28
Lab	15	18	21.42	25.71
Ifl	16	34	22.85	48.57
Mijares	2	36	2.85	51.42
Pvc	24	60	34.28	85.71
Bostón	5	65	7.14	92.85
18 de marzo	2	67	2.85	95.71
Británico	3	70	4.28	100.00
Valores Perdidos	0	70	0.00	100.00

Tabla 1 Tabla de frecuencias de la variable Escuela de procedencia.

De los 70 estudiantes, el 44.2% pertenece al sexo masculino y 55.7 al sexo femenino, como se muestra en la siguiente tabla:

Sexo	Sujetos	Acumulado	%	% Acumulado
Masculino	31	31	44.2	44.2
Femenino	39	70	55.7	100
Valores perdidos	0	70	0	100

Tabla 2 Tabla de frecuencias de la variable Sexo.

La edad promedio de los sujetos que conforman la muestra es de 17 años conformándose en porcentajes de la siguiente forma:

Edad	Sujetos	Acumulado	%	% Acumulado
16	16	16	22.8	22.8
17	40	56	57.1	80
18	12	68	17.1	97
19	1	69	1.4	98
20	1	70	1.4	100
Valores perdidos	0	70	0.0	100

Tabla 3 Tabla de frecuencias de la variable Edad

Las escuelas de nivel medio superior donde pertenecen los encuestados tienen programas de 4 y 6 semestres, conformándose los porcentajes por semestre, como se muestra en la tabla:

Semestre	Sujetos	Acumulado	%	% Acumulado
3	4	4	5.7	4.00
4	34	38	48.5	38.00
5	14	52	20.0	52.00
6	18	70	25.7	70.00
Valores perdidos	0	70	0.0	100.00

Tabla 4 Tabla de frecuencias de la variable semestre

Selección de variables

De las 34 variables que ingresaron inicialmente al estudio fueron seleccionadas 33 variables centrales, todas ellas consistentes en el estadístico $Z \geq 1.96$ con un valor máximo de 100 y con un $n=70$.

Variable	Descripción	Media
Decisión	La decisión personal.	85.1
Habilidad	Las habilidades propias para la carrera.	84.5
Ilustración	El agrado por la Ilustración.	81.0
Televisión	Los programas de televisión.	80.7
Páginas web	El diseño de páginas web.	80.5
Fotografía	El agrado por la fotografía.	80.5
Agencias publicidad	El desempeñarse en agencias de publicidad.	80.5
Campañas publicitarias	Diseñar campañas de publicidad.	79.6
Presentación productos	El diseño de presentaciones de productos.	79.2
Plan de estudios	El Plan de estudios de la carrera.	79.0
Responsabilidad	El sentido de responsabilidad.	78.9
Promoción productos y servicios	El diseño de la promoción de productos y servicios.	76.3
Ambiente	El ambiente en que se desenvuelve un diseñador.	75.4
Empresas	Las empresas que se dedican al diseño.	74.5
Cine	Diseñar para cine.	73.8
Revistas	El diseño de revistas.	71.7
Costo carrera	Los costos de la carrera.	71.6
Familia	Las influencias familiares.	71.2
Centros comerciales	Diseñar para Centros comerciales	71.1
Plantel	El Plantel donde se imparte la carrera.	70.6
Nivel socioeconómico	El nivel socioeconómico al que pertenece.	69.5
Carácter	El carácter.	69.5
Libros	Los libros.	69.2
Ubicación	La ubicación de la Universidad .	67.6
Programas interactivos	La atracción por programas interactivos.	66.5
Tiendas departamentales	Diseñar para tiendas departamentales .	65.6
Asociaciones	Participar en asociaciones.	64.4
Periódicos	Diseñar para los periódicos.	64.2

Supermercados	Diseñar para los supermercados.	63.2
Amigos	La influencia de los amigos.	58.6
Museos	Realizar diseños para museos.	58.1
Escaparates	Diseño de escaparates.	56.7
Docencia	Ser docente de la carrera de diseño gráfico.	55.0

Tabla 5 Tabla de variables con valor de Z superior a 1.96.

El análisis factorial fue generado toda vez que se obtuvieron las variables más consistentes del estudio, y por su significancia estadística para evitar la arbitrariedad del investigador, y con el propósito de arreglar y facilitar la lectura del fenómeno al desplegar estadísticamente las magnitudes y las relaciones de sus atributos. Tuvo como resultado la generación de 8 factores por el método de centroide con rotación varimax y Eigenvalores mayores a 1, que explican el 63.66% del fenómeno estudiado con relaciones denotadas entre ellos que muestran la estructura interfactorial subyacente. Los factores se denominaron en función de las variables que concentran mayor carga factorial en cada uno como se observa en la siguiente tabla:

	Eigenvalor	% Total	Acumulativo	% Acumulativo
1	12.54	33.90	12.54	33.90
2	3.08	8.34	15.63	42.24
3	1.97	5.33	17.60	47.57
4	1.78	4.80	19.38	52.37
5	1.60	4.33	20.98	56.71
6	1.20	3.26	22.19	59.96
7	1.44	3.89	23.62	63.85
8	1.03	2.79	24.65	66.63

Tabla 6 Eigenvalores y variabilidad explicada en cada factor extraído en la construcción del perfil de los estudiantes de bachillerato al momento de elegir la carrera de Diseño gráfico.

El factor 1 denominado *Diseñar en medios electrónicos* muestra que los estudiantes consideran que diseñar para cine, el diseño de páginas web, los programas de televisión, los libros, la atracción por programas interactivos, el participar en asociaciones y las empresas que se dedican al diseño son elementos que consideraron para elegir la carrera de Diseñador Gráfico.

Variable	Factor 1
Cine	0.69
Páginas web	0.66
Televisión	0.65
Libros	0.58
Programas interactivos	0.56
Asociaciones	0.34
Empresas	0.33

Tabla 7 Variables y cargas factoriales de los atributos del Factor 1.

Diseñar en medios electrónicos

De acuerdo a un Análisis multivariado de variables, donde se consideraron las variables del factor 1 como dependientes y el resto de las variables de los 7 factores como variables independientes, se muestra que: el agrado por la ilustración, el agrado por la fotografía, el desempeñarse en agencias de publicidad, diseñar campañas de publicidad, el plantel donde se imparte la carrera, el diseñar para tiendas departamentales, diseñar para los periódicos, la influencia de los amigos, realizar diseños para museos y la escuela de donde proceden son una propuesta de los jóvenes como elementos importantes para elegir la carrera de Diseño Gráfico.

Variable	Sujetos	Media
El agrado por la Ilustración.	70	81.0
El agrado por la fotografía.	70	80.5
El desempeñarse en agencias de publicidad.	70	80.5
Diseñar campañas de publicidad.	70	79.6
El Plantel donde se imparte la carrera.	70	70.6
Diseñar para tiendas departamentales.	70	65.6
Diseñar para los periódicos.	70	64.2
La influencia de los amigos.	70	58.6
Realizar diseños para museos.	70	58.1
La escuela de procedencia	70	4.8

Conclusiones

A partir de los resultados que se obtienen de los tratamientos estadísticos se puede concluir que los estudiantes consideran que diseñar para cine, el diseño de páginas web, los programas de televisión, los libros, la atracción por programas interactivos, el participar en asociaciones y las empresas que se dedican al diseño son elementos que consideraron para elegir la carrera de Diseñador Gráfico.

Es así como se puede apreciar la presencia del diseño como una de las Competencias específicas que marca el Observatorio Laboral para los jóvenes que deciden elegir el Diseño Gráfico como su carrera profesional.

Así también es posible apreciar cómo, contrario a lo que refieren Palacios González y Rivera Díaz, los estudiantes no consideran el patrimonio cultural y la historia como un insumo propio a la carrera de Diseño Gráfico, sino que se percibe una tendencia a los Medios de comunicación.

Así mismo los resultados coinciden con la percepción de los estudiantes de la importancia de relacionarse con empresas y asociaciones dedicadas al Diseño, tal y como lo advierte Camacho Bobadilla; y la importancia de los medios electrónicos como un aspecto relevante en la carrera de diseñador gráfico.

También se puede concluir que estos elementos que consideran los aspirantes a cursar la carrera de Diseño Gráfico de los diversos bachilleratos de la región lagunera se encuentran influidos de acuerdo a las ideas de los jóvenes que respondieron el instrumento y al acomodo de las variables por otro grupo de éstas que, conforman una propuesta para enriquecer las expectativas de los aspirantes a la carrera de diseño Gráfico. Las variables son: el agrado por la ilustración, el agrado por la fotografía, el desempeñarse en agencias de publicidad, diseñar campañas de publicidad, el plantel donde se imparte la carrera, el diseñar para tiendas departamentales, diseñar para los periódicos, la influencia de los amigos, realizar diseños para museos y la escuela de donde proceden. Mismas que deben considerar las Instituciones de educación Superior para la promoción de la carrera de diseño Gráfico entre los aspirantes.

Referencias

Bastos de Quadros, Itanael. «El Diseño Gráfico: de las cavernas a la era digital.» *Latina de Comunicación Social*, n° 19 (julio 1999).

Camacho Bobadilla, et. al. «La vinculación entre la Licenciatura en Diseño Gráfico y la industria creativa.» *Opción* 31, n° 4 (2015): 197-209.

Dialma, Fuentes Marroquín. «El diseñador no es como lo pintan.» *Cultura de Guatemala* 119.

Elías, Amarilis. «Las estrategias instruccionales: ¿desarrollan la creatividad de los estudiantes de Diseño Gráfico?» *De Artes y Humanidades UNICA* 6, n° 13 (mayo-agosto 2005): 35-47.

Frascara, Jorge. *Diseño Gráfico y Comunicación*. Buenos Aires: Infinito, 2000.
Gómez, Sandra María. «Estudio exploratorio en estudiantes universitarios. Referencias sociodemográficas y elección de carrera.» *PRAXIS Educativa* 18, n° 1 (enero-julio 2014): 50-57.

Observatorio, Laboral. *Observatorio Laboral*. junio de 2016. http://www.observatoriolaboral.gob.mx/swb/e/s/ola/panorama_del_empleo (último acceso: 25 de junio de 2016).

Palacios González, María y Rivera Díaz Luis Antonio. «El patrimonio del diseño gráfico: resignificación de la tradición.» *UIC Foro Multidisciplinario*. documento. México, octubre-diciembre de 2008.

Tena Parera, Daniel. *Diseño Gráfico y Comunicación*. Madrid: Pearson Educación, 2005.

UNAM. *Universidad Nacional Autónoma de México*. 01 de julio de 2016. oferta.unam.mx/carreras/13/diseño-gráfico (último acceso: 01 de julio de 2016).