

Representación social del diseñador gráfico frente al mercado laboral: experiencias y necesidades para la creación del colegio profesional

Azucena del Milagro Llanos Vásquez*

Universidad Señor de Sipán

Recibido: 4 de enero de 2017

Aceptado: 1 de marzo de 2017

Cómo citar este artículo: Llanos, A. (2017). Representación social del diseñador gráfico frente al mercado laboral: experiencias y necesidades para la creación del colegio profesional. *Revista Paian*, 8(2), 4 -12.

PALABRAS CLAVE

Colegio, profesional, representación, sociedad, necesidad, diseño y gráfico.

RESUMEN

La siguiente investigación parte de un problema realmente trascendente ya que trata de profesionales de una carrera innovadora y poco conocida, diferente a las tradicionales carreras que se dictan en cualquier universidad del Perú, se trata de los Licenciados en Diseño Gráfico y su representatividad frente al mercado laboral. El análisis de esta investigación concluye en conocer si existe la necesidad o no de una entidad que respalde al profesional garantizando su ejercicio laboral y que de existir dicha necesidad se propone la creación del Colegio Profesional.

Esta investigación es de diseño exploratorio ya que no se evidenciaron antecedentes similares y de tipo cualitativa porque se busca interpretar resultados extraídos en la entrevista con la finalidad de conocer las necesidades de los Licenciados, por medio de sus experiencias, para ello participaron profesionales titulados en diseño gráfico de Lima y Lambayeque, departamentos donde están ubicadas las universidades que dictan esta carrera profesional.

La investigación apunta a un objetivo general el cual busca determinar la necesidad o no del Colegio Profesional, ya que éste tiene por finalidad brindar garantía del ejercicio profesional, de tal manera que contribuya con la representación social del Licenciado en Diseño Gráfico con la finalidad de mejorar el posicionamiento de los profesionales frente al mercado laboral.

* Egresado de la Escuela de Artes y Diseño Gráfico Empresarial de la Universidad Señor de Sipán, Chiclayo, Perú. Ivasquezazuze@crece.uss.edu.pe

KEYWORDS

School, professional, representation, society, need, design and graphic.

ABSTRACT

The following investigation starts from a really transcendent problem since it deals with professionals of an innovative and little-known career, different to the traditional careers that are dictated in any university of Peru, it is about the Graduates in Graphic Design and its representation before the market labor. The analysis of this research concludes in knowing if there is a need or not for an entity that supports the professional guaranteeing their work and that if there is such a need, the creation of the Professional Association is proposed.

This research is of exploratory design since no similar background and qualitative type was evidenced because it seeks to interpret results extracted in the interview in order to meet the needs of the graduates, through their experiences, for which qualified design professionals participated. Graph of Lima and Lambayeque, departments where the universities that dictate this professional career are located.

The research aims at a general objective which seeks to determine the need or not of the Professional Association, since it is intended to provide a guarantee of professional practice, in such a way that it contributes to the social representation of the Graphic Design Graduate in order to improve the positioning of professionals against the labor market.

Partiendo del desarrollo del hombre y sus necesidades, aparecen las profesiones que responden a la necesidad de pertenecer a un grupo de personas con características y destrezas similares que permiten reaccionar a ciertas necesidades sociales por medio de un conocimiento específico y que cuya garantía radica en el desempeño profesional de los egresados de las diferentes profesiones; quienes frente a la necesidad de velar por su ejercicio, promover la práctica ética y ejercer su labor de acuerdo a su profesión buscan reunirse en los llamados colegios profesionales.

En el mercado se produce una confusión al no definirse claramente cuál es la función del diseñador gráfico que egresa de las aulas universitarias y cuál es su función del operador gráfico (mal llamado diseñador gráfico) egresado de las instituciones técnicas. Este enfrentamiento hace que muchas veces al técnico se le solicite resolver problemas que tendría que solucionar un profesional universitario, por ejemplo: análisis de estudio de mercado, revisión de brief, psicología del consumidor, conocimiento del entorno, optimización de la comunicación empresarial.

La presente investigación se torna importante porque busca desde la percepción misma del profesional, el conocimiento y fundamento de sus necesidades profesionales y laborales, para un mejor desempeño con aceptación social.

Desde el rol profesional del Diseño Gráfico se busca tener respuestas sobre las experiencias de estos profesionales que signifiquen el primer peldaño para la búsqueda de situaciones mayores que permitan al diseñador gráfico profesional posicionarse en la mente del mercado laboral de manera

adecuada, generando confianza y garantía en su desempeño laboral, lo que traerá como consecuencia un ejercicio de calidad que conlleve a cambios positivos en la sociedad, desde la perspectiva empresarial y social.

MÉTODO

Diseño

Esta investigación es de tipo cualitativa, ya que parte del conocimiento subjetivo, racional interpretativo en la cual se busca recolectar experiencias para interpretar fenómenos.

Según Hernández, Fernández, y Baptista (2014) define la meta de investigación cualitativa como: “describe, comprende e interpreta fenómenos a través de las percepciones y significados producidos por las experiencias de los participantes”.

Participantes

Los sujetos participantes son Licenciados en Diseño Gráfico de los departamentos de Lima y Lambayeque, lugares donde se identificaron universidades que dictan esta profesión.

Se entrevistó en su totalidad a seis (06) Licenciados en Diseño Gráfico, tres (03) de Lambayeque y tres (03) de Lima, con la finalidad de obtener respuestas en igual proporción considerando sus características profesionales similares, pero en ambientes diferentes.

Instrumentos

Para el correcto desarrollo de la investigación se establece la entrevista como técnica de aplicación, ya que gracias a sus características permitió extraer de los entrevistados la información necesaria para su análisis y discusión considerando el modo de respuesta, planteado como apreciación en cada una de las entrevistas.

Para la presente investigación el instrumento consistió en una guía de preguntas semiestructuradas que tiene por finalidad adquirir la información correspondiente al tema sin correr el riesgo de perder el enfoque o desviarse de la investigación, ya que es de tipo cualitativa y se analizará un tema social donde la interpretación es la base para los resultados finales; las entrevistas fueron validadas por expertos en el tema.

Procedimiento

En base al tipo de investigación definido como cualitativa, se planteó una entrevista semiestructurada, la cual consiste en ocho (08) preguntas guía planteadas con la finalidad de conocer las necesidades de los Licenciados en Diseño Gráfico por medio de sus experiencias.

Una vez realizada la entrevista en la que se utilizaron medios virtuales como WhatsApp modo mensajes de audio y un grabador de audio de teléfono móvil, se continuó con el proceso de desgrabación de cada una de las entrevistas teniendo en cuenta apreciaciones del entrevistado al momento en el momento de la respuesta; por consiguiente, se estructuró un cuadro de Interpretación y discusión de resultados con la finalidad de organizar y unificar los resultados.

El análisis de datos culmina con la síntesis de los resultados más resaltantes propuestos en las consideraciones finales, las cuales se fundamentan con el marco teórico expuesto.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Cada una de estas preguntas serán expuestas en cuadros de análisis y discusión lo que permitió considerar el núcleo de las respuestas conocidas también como unidad significativa.

CUADRO DE ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

Pregunta	Código	Análisis	Discusión
1. ¿Cómo te sientes de ser un Diseñador Gráfico profesional?	E1	- Se siente bien y feliz ya que no ha dejado de trabajar desde que salió de la universidad. - La iniciativa es un factor importante en el desempeño del diseñador para encontrar alternativas de trabajo.	Todos los participantes sienten satisfacción por la profesión.
	E2	- Se siente muy bien por la profesión ya que le brindo muchas satisfacciones. - Brinda un valor especial a la carrera como pieza importante en el aspecto personal.	
	E3	- Siente satisfacción por la profesión, considera la profesión como un logro personal. - Marca la diferencia entre ser estudiante y profesional de esta especialidad.	
	E4	- Se siente a gusto.	
	E5	- Siente satisfacción por la preparación que recibió.	
	E6	- Se siente bien por el nivel profesional, pero muestra incomodidad por falta de reconocimiento.	
2. ¿Te sientes bien con tu puesto de trabajo actual? ¿Está vinculado con tu profesión?	E1	- Se siente bien con su puesto de trabajo actual y la relación con su profesión. - Menciona la variedad del conocimiento del profesional del diseño gráfico.	Todos los entrevistados laboran en áreas relacionadas al Diseño Gráfico y sienten satisfacción.
	E2	- Se siente muy bien en todo aspecto.	
	E3	- Se siente bien con su puesto de trabajo, menciona estar muy vinculado al diseño. - Resalta la oportunidad laboral de los diseñadores gráficos dentro del sector educativo.	
	E4	- Se siente bien, pero le disgusta que algunas empresas confundan su labor.	
	E5	- Hincapié a su puesto de trabajo actual y la relación con el diseño. - Comenta su interés por la ilustración y la utilidad de esta como herramienta para hacer diseño.	

	E6	- Responde de manera afirmativa y feliz su desempeño como diseñador independiente. - Resalta mucho el valor de los contactos para las oportunidades laborales.	
3. ¿Crees que el mercado laboral conoce el perfil del diseñador gráfico?	E1	- Existe desconocimiento del perfil de los profesionales del diseño gráfico. - Resalta la devaluación de la profesión en el Perú y otros países de acuerdo a sus experiencias.	La mayoría de los entrevistados mencionan el desconocimiento del perfil profesional.
	E2	- Menciona existir en algunos casos un desconocimiento.	
	E3	- Por experiencia valoran más al diseñador en otros lugares. - Si conocieran el perfil del diseñador explotaría al máximo ese potencial.	
	E4	- No conoce el perfil del diseñador gráfico.	
	E5	- Hay desconocimiento considerando al Diseño Gráfico como una carrera de futuro. - Limitaciones por segmentación geográfica y posicionamiento de la profesión	
	E6	- Hay desconocimiento incluso de las grandes empresas. - Opina también que la carrera es de futuro.	
4. ¿Te sentirías más satisfecho si la sociedad empezara a valorar y reconocer tu labor como profesional?	E1	- Sentiría más satisfacción. - Considera que la valoración parte del profesional.	La mayoría de los entrevistados afirma sentir satisfacción, cabe resaltar que algunos consideran que la valoración parte del profesional.
	E2	- Menciona la valoración personal como eje esencial. - Menciona también que nada es absoluto.	
	E3	- Comenta que todo parte del mismo profesional.	
	E4	- Siente satisfacción.	
	E5	- Valoración forma parte del profesional y que esto implica constante capacitación.	
	E6	- Definitivamente su satisfacción se incrementa.	
5. ¿Conoces de alguna organización que reúna a diseñadores gráficos?	E1	- No conoce, solo grupos en Facebook. - Considera que debería existir.	La mayoría de los entrevistados no conocen de alguna organización.
	E2	- Sí conoce de una organización que reúne diseñadores y la relación con el mercado.	
	E3	- No conoce, tiene conocimiento que si existen en otros lugares.	
	E4	- Conoce organizaciones que generan eventos.	
	E5	- Sí conoce una organización, pero no recuerda el nombre.	
	E6	- No conoce, solo de grupos en redes sociales como Facebook.	
6. ¿Crees que es necesario contar con un Colegio Profesional de Diseñadores Gráficos para amparar tus	E1	- Considera necesaria la creación del Colegio profesional. - Organización así desde un tema de respaldo.	Todos los entrevistados consideran necesaria la creación del Colegio Profesional.
	E2	- Sí existe la necesidad. - Desde la perspectiva de regular la calidad de los profesionales.	
	E3	- Si hay necesidad.	

derechos y garantizar tu desempeño laboral?		- Considera deban existir lineamientos.	
	E4	- Sí existe la necesidad.	
	E5	- Importante la creación de Colegio Profesional. - Realizar eventos y reuniones que contribuyan al desarrollo del diseñador gráfico.	
	E6	- Sí existe la necesidad, velar por los derechos del Diseñador Gráfico	
7. ¿Qué sentirías respecto a tu profesión de diseñador gráfico si fuera respaldado por un Colegio Profesional?	E1	- Confianza al empleador para confiar en el profesional.	Todos los entrevistados sentirían positivamente como: seguridad, respaldo consolidación, confianza entre otros.
	E2	- Sentiría que es lo correcto.	
	E3	- Sentiría más consolidada la profesión.	
	E4	- Seguridad y responsabilidad.	
	E5	- Si sentiría respaldo como profesional.	
	E6	- Sentiría respaldo como profesional en el ámbito laboral.	
8. ¿Crees que un Colegio Profesional brindaría el respaldo social al diseñador gráfico frente al mercado laboral? ¿De qué manera?	E1	- Por medio de la certificación.	La mayoría de entrevistados consideran que, si hay un respaldo, considerando si se crea el Colegio Profesional de Diseñadores Gráficos.
	E2	- Garantiza la calidad del servicio. - El respaldo social, depende del mismo Diseñador Gráfico.	
	E3	- Sí respaldaría al diseñador gráfico.	
	E4	- Sí, existiría respaldo, responsabilidad, oportunidad y valoración.	
	E5	- De alguna forma si respaldaría.	
	E6	- Sí respaldaría dependiendo de la organización y objetivos del Colegio Profesional.	

PROPUESTA DE INVESTIGACION

Las investigaciones están hechas con contenido estructurado cuyos objetivos responden a la solución de un problema, la manera de comunicar todo este contenido deberá ser detallado de manera clara y precisa con la finalidad de producir en el lector interés por buscar información, incluso por conocer a detalle la investigación.

Se le considera a la infografía toda síntesis de información que se vale de elementos gráficos para su comprensión, construyéndose un relato según los datos que se requieran presentar. Cuyo objetivo final es la adecuada utilización del lenguaje visual para lograr el pleno entendimiento de lo que se quiere comunicar. (Osejo, 2012).

Se realizó como propuesta gráfica una infografía porque permite mostrar de manera gráfica y sintética resultados de la investigación, también procesos de creación y beneficio del Colegio Profesional, no solo para dar a conocer la información sino también incentivando a los Licenciados en Diseño Gráfico a contar sus experiencias demostrando así la necesidad de dicha organización.

Esto contribuirá a enfocar los objetivos de dicha organización para lograr la representación social los profesionales y su posicionamiento frente al mercado laboral.



Figura 2: Propuesta de diseño: Infografía; la cual sirve para comunicar de manera gráfica los pasos y beneficios del Colegio Profesional. Autora: Azucena del Milagro Llanos Vásquez.

CONCLUSIONES

Sí existe la Necesidad de creación del Colegio Profesional de diseñadores gráficos que reúna a los profesionales con la finalidad de garantizar su desempeño laboral. Basado en la entrevista que se aplicó los participantes consideran necesaria la creación del Colegio Profesional, y como dice la CPP en su Capítulo III, artículo 20º, los colegios profesionales son instituciones autónomas con personalidad de derecho público, tal como dice el Colegio de Diseñadores Industriales y Gráfico de México cuyo objetivo es: “El futuro que hemos de construir prevé necesariamente la participación activa y significativa del diseño... en ámbito nacional y global”.

Teniendo en cuenta la satisfacción que los profesionales sienten por haber estudiado esta especialidad que en el Perú no es masiva, en el norte del Perú, novedosa e innovadora.

La creación de esta organización radica en los licenciados que recién salen de la universidad y buscan un respaldo u organización que respalde su ejercicio laboral, basado en los resultados de esta investigación los licenciados piensan positivamente respecto a su profesión si fueran respaldado por un Colegio Profesional como: seguridad, respaldo consolidación, confianza entre otros beneficios que el Colegio Profesional brindaría; dice la Sentencia de Pleno del Tribunal Constitucional (20 de febrero, 2006) “los colegios profesionales radican en incorporar una garantía frente a la sociedad”. Se considera indispensable para estos profesionales respetar los principios éticos de la profesión para alcanzar el reconocimiento debido, ya que todo parte del profesional, ya que consideran que si existe un desconocimiento del perfil profesional del Diseñador Gráfico; a pesar de que las universidades que dictan esta especialidad muestran un perfil profesional claro y detallado como se muestra en las teorías conceptuales de esta investigación.

Al existir la necesidad de un organismo que garantice su ejercicio profesional, se brinda por medio de esta investigación el resultado del primer peldaño para que posteriormente se considere la creación del Colegio Profesional por ello se propone la infografía donde se especifica los procesos de creación de dicha organización ya que los licenciados que fueron entrevistados afirman que sí se sentirían respaldados y como dice el Colegio de Diseñadores Industriales y Gráfico de México cuyo objetivo es: “El futuro que hemos de construir prevé necesariamente la participación activa y significativa del diseño... en ámbito nacional y global”; es por ello que los profesionales deben ser los primeros en respetar los criterios éticos de su profesión.

Teniendo en cuenta que los Colegios Profesionales en Perú tienen por prioridad garantizar el ejercicio profesional de sus colegiados lo que beneficia al empresario y la sociedad promoviendo la ética con profesionales de calidad. Ser ético es preocuparse de que los negocios y las empresas sirvan efectivamente a las personas y a la sociedad (Cervera, 2008).

REFERENCIAS

Cervera, Á. (2008). *Comunicación total*. Madrid. Editorial: ESIC

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México. Editorial: McGRAW-HILL Educación

Osejo, P. (2012). *Periodismo infográfico en el Perú*. Lima, Perú: Fondo Editorial Universidad San Martín de Porres.