

**UNIVERSIDAD POLITECNICA DE NICARAGUA
UPOLI
ESCUELA DE DISEÑO**

**Impacto de la profesión del Diseño Gráfico en la sociedad
Nicaragüense, departamento de Managua.**

Licenciatura en Diseño Gráfico

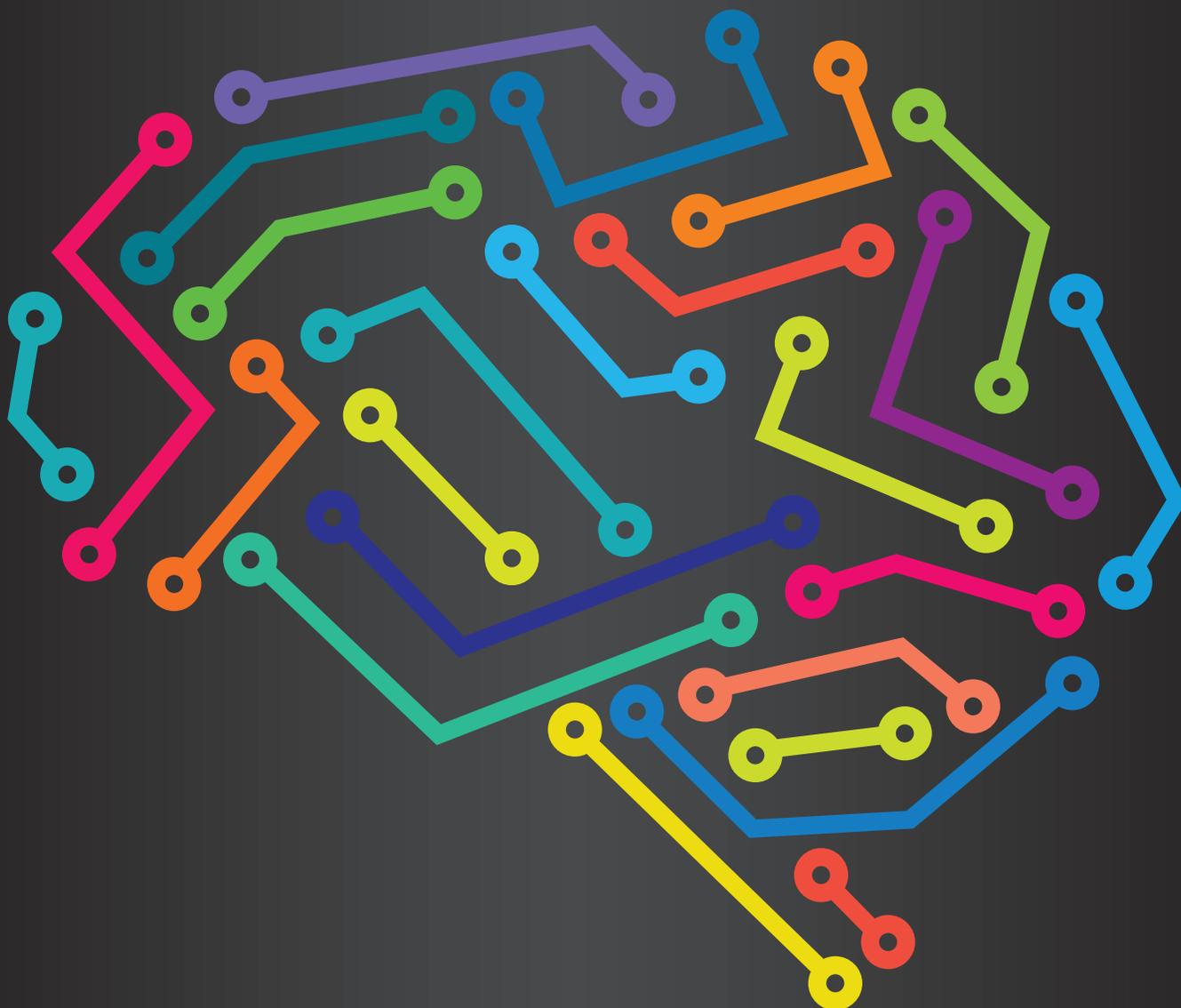
Autoras:

**Silvia de los Ángeles Hernández Arellano.
Jenssys Jarlotte Rueda Elizabeth.
Keylin Valeria Collado Aráuz.**

Tutor: Msc. Walter Calderón

Managua, Nicaragua, 16 Enero 2017





Impacto de la profesión del Diseño Gráfico en la sociedad Nicaragüense, departamento de Managua.

Autoras:

**Silvia de los Ángeles Hernández Arellano.
Jenssys Jarlotte Rueda Elizabeth.
Keylin Valeria Collado Aráuz.**

Contenido

| | |
|---|----|
| Agradecimiento:..... | 4 |
| Dedicatoria:..... | 5 |
| 1. Introducción:..... | 6 |
| 2. Justificación..... | 7 |
| 3. Planteamiento del Problema: | 8 |
| 4. Objetivos: | 10 |
| 5. Antecedentes | 11 |
| 6. Marco Teórico | 13 |
| b. La Escuela de la Bauhaus..... | 15 |
| c. Diseño como ciencia y disciplina | 17 |
| 4. Los Comienzos del Diseño y su Evolución Histórica en Latinoamérica y Nicaragua | 18 |
| a. El diseño en Latinoamérica | 18 |
| b. El Diseño en Nicaragua..... | 19 |
| c. ¿Qué es Diseño Gráfico? | 20 |
| d. Perfil de la Carrera de Diseño Gráfico, UPOLI | 20 |
| e. Perfil Profesional | 21 |
| f. Campos laborales en que se desempeña un diseñador gráfico..... | 21 |
| 5. Diseño, Comunicación Visual y Psicología Social..... | 23 |
| a. Comunicación Visual: | 23 |
| Incidencia de la forma del mensaje | 24 |
| La imagen en la comunicación visual | 24 |
| Interpretación de la imagen simbólica | 24 |
| b. Psicología Social | 24 |
| c. Relación de la comunicación social y psicología social con el diseño gráfico. ... | 26 |
| d. Principios para la Comunicación Visual | 27 |
| e. Percepción del Diseño gráfico..... | 30 |
| f. Psicología de la Gestalt..... | 31 |
| 6. Marco Metodológico | 32 |
| a. Tipo y diseño de investigación | 32 |
| b. Población..... | 32 |
| c. Muestra..... | 32 |
| 7. Resultados | 35 |
| a. Presentación y discusión de los Resultados de la Encuesta General | 35 |

| | |
|---|----|
| b. ¿Es importante el diseño gráfico?, ¿Qué es diseño gráfico? | 36 |
| c. ¿Qué hacen los diseñadores gráficos? | 38 |
| d. Reacción de la sociedad al observar un diseño | 39 |
| e. Importancia del trabajo de un diseñador gráfico..... | 41 |
| f. Remuneración económica de un diseñador gráfico | 43 |
| g. ¿Contratarías a un diseñador gráfico? ¿Cómo te gustan sus trabajos? | 44 |
| h. Percepción del diseño y su importancia en la sociedad | 46 |
| i. Encuestas de Diseñadores Gráficos | 47 |
| j. ¿En qué universidad estudian? | 48 |
| k. ¿Qué hace un diseñador gráfico? | 49 |
| l. ¿Por qué decidiste estudiar diseño gráfico?..... | 50 |
| m. ¿Qué limitación tienes como diseñador gráfico?..... | 51 |
| n. ¿Qué funciones desempeñas como diseñador gráfico? | 52 |
| o. ¿En la práctica profesional cuál crees que es tu mayor limitación? | 53 |
| p. Si usted trabaja, ¿cómo encontró su primer trabajo?..... | 54 |
| q. ¿Crees que el trabajo del diseñador está bien remunerado?..... | 56 |
| r. De acuerdo a lo anterior, ¿para usted cuánto gana un diseñador gráfico?..... | 57 |
| s. ¿Cómo cree usted que es vista su profesión por los demás? | 58 |
| t. ¿Qué habilidades y aptitudes debe tener para estudiar esta carrera? | 61 |
| u. ¿En lo personal, consideras que la carrera es? | 63 |
| v. ¿Cuál de los siguientes programas de diseño sabes manejar muy bien? | 64 |
| 8. Conclusiones..... | 65 |
| 9. Recomendaciones | 69 |
| 10. Bibliografía..... | 71 |

AGRADECIMIENTO:

- ✚ A Dios padre que con su infinito e incondicional amor nos regalaron la fortaleza física y espiritual para poder alcanzar nuestras metas académicas y profesionales, con su gracia nos concedió finalizar nuestros estudios y ser cada día mejor en el caminar por la vida.

- ✚ A nuestro tutor, el maestro Walter Calderón, por compartir el don del saber a través de sus conocimientos, y gracias a su paciencia, dedicación, esfuerzo y profesionalización, hemos logrado alcanzar los resultados esperados.

- ✚ Al personal docente de la Universidad Politécnica y todas las otras universidades consultadas por brindarnos la información necesaria y el espacio para poder emprender de manera teórica y práctica, la fundamentación de nuestra investigación.

DEDICATORIA:

🚦 A nuestros Padres y familiares que son los forjadores de nuestra formación durante toda la vida, gracias a su apoyo y a su entrega generosa hemos logrado alcanzar las metas que nos planteamos en el desarrollo personal, profesional y social.

1. Introducción:

El perfil profesional de un diseñador gráfico muchas veces cae en confusión con otros oficios y profesiones, pasando desapercibido el diseño mismo y el trabajo del diseñador gráfico. El presente trabajo tiene como principal propósito mostrar el impacto de nuestra profesión en la sociedad.

Este documento presenta el Informe final de Investigación para obtener el Título de Licenciadas en Diseño Gráfico, que tiene como objeto de estudio Impacto de la profesión del Diseño Gráfico en la sociedad Nicaragüense, departamento de Managua.

En este trabajo se estudia cómo es percibida la profesión del diseño gráfico en la sociedad nicaragüense. En general estudio destaca que exista una percepción favorable tanto a la carrera de diseño gráfico, como el trabajo que realizan los diseñadores para contribuir al desarrollo del país.

Si bien el estudio plantea retos tanto para los diseñadores como para distintos actores sociales como la academia, las empresas, y los diseñadores, el estudio encontró que la función del diseñado es valorada socialmente, toda vez que se comprende que la comunicación visual ayuda a que los emisores y sus audiencias se comuniquen de manera eficaz.

Este estudio muestra que la profesión del diseño a 36 años de su fundación en Nicaragua ha conseguido establecerse favorablemente en el imaginario social, sin embargo hace falta una mayor concientización alrededor de mejorar las condiciones laborales de los diseñadores, incluyendo mejores oportunidades de capacitación, promoción y compensación.

2. Justificación

La presente investigación se enfoca sobre el impacto de la profesión del diseño gráfico en la sociedad nicaragüense, en el departamento de Managua en donde se efectúa una investigación de los estudiantes activos de tercer año de dicha carrera, para identificar cuánto se sabe en torno al tema y cómo la sociedad percibe la carrera, debido a que existe mucho desconcierto. Es por esta razón por la que es importante conocer las percepciones sociales de tanto de los estudiantes de diseño como de las personas de diversas edades, así como la opinión de académicos vinculados a su formación y empleadores y profesionales vinculados con el diseño gráfico.

Por todo lo anterior tenemos como objeto de estudio describir el valor del diseño gráfico en la sociedad de Nicaragua, departamento de Managua, desde diferentes puntos de vista tanto de la población como de los profesionales en el ramo del diseño gráfico.

Asimismo la investigación puede dar lugar a nuevas plataformas, nuevas oportunidades de valorización de la carrera de diseño gráfico, especialmente para los nuevos estudiantes de la profesión. Esta indagación puede ser útil para explicar las diferentes funciones que desempeña el diseñador gráfico a nivel profesional, por lo cual se considera fundamental identificar la percepción de profesionales de otras carreras vinculada con el diseño gráfico, y de igual manera las opiniones en distintos sectores de la sociedad nicaragüense en Managua.

3. Planteamiento del Problema:

En años recientes ha existido una preocupación de distintos sectores entre ellos académicos, de estado, empresas, organizaciones y diseñadores free lance, sobre el reconocimiento social de la profesión del diseño gráfico.

Particularmente en Managua, Nicaragua se han elaborado diversos estudios tales como: “Análisis de la Evolución del Diseño gráfico de El Nuevo Diario de 1994-2003”, mismo que presenta los formatos gráficos utilizados dentro del medio para conocer los procesos de cambio.

Otra investigación relacionado con el objeto de estudio se titula “Análisis semiótico de los anuncios pequeños publicados en las últimas páginas de la Revista Cinematográfica en la edición del 8 al 14 de agosto del año 2013”. Esta investigación muestra posibles soluciones ante la falta de estética en el diseño gráfico de dicha revista y establecieron una comparación entre diseño estéticos y antiestéticos.

El estudio “Análisis y Comparación de estilos gráficos utilizados en proyectos realizados por estudiantes de la escuela de Diseño y Escuelas de Diseño en Latinoamérica, Imagen corporativa, campaña publicitaria y campaña social del turno matutino en la carrera de Diseño Gráfico del periodo 2011 hasta 2014”, tuvo como objetivo principal comparar los PIM de los estudiantes de la UPOLI con proyectos de estudiantes latinoamericanos con el propósito de definir los parámetros de calidad del diseño gráfico que son utilizados por los estudiantes en sus proyectos y la importancia de seguir tendencias de diseño en dichos proyectos y abordar diferentes análisis acerca de la percepción y valoración del diseño gráfico en distintos sectores.

En esta indagación se reconoce que se han realizado un mayor esfuerzo en cuanto a mejorar la calidad del diseño tomando con mayor énfasis la semiótica, funcionalidad e influencia del diseño en la sociedad. Sin embargo reconocemos que las investigaciones no han enfatizado el aspecto en el que se valoren las percepciones sociales que tiene la sociedad con respecto al diseño gráfico.

A 36 años de fundación de la primera Escuela de Diseño Gráfico del país, existen aún preocupaciones en los Estudiantes de Diseño Gráfico alrededor de la inserción laboral en organizaciones, instituciones y empresas y las oportunidades para realizar pasantía, prácticas en aquellas empresas relacionadas al mundo del diseño gráfico.

Por lo anterior hemos establecido como preguntas de investigación: ¿Cuál es la percepción del diseñador gráfico que poseen profesionales de otras carreras en relación al diseño?, ¿Cuál es la importancia del diseño gráfico para la sociedad nicaragüense?, ¿Qué tanto reconocimiento tiene el diseño gráfico y el diseñador mismo en la sociedad y en las empresas? Debido a estas interrogantes, la presente investigación tiene como objeto principal analizar cuál es la percepción que realmente se tiene del diseño gráfico y el grado de valoración que poseen tanto en las empresas, por colegas de otras carreras como en la misma sociedad actual.

4. Objetivos:

Objetivo General:

- Comprender el valor del diseño gráfico en la sociedad de Nicaragua desde la percepción de la población y profesionales que tienen vínculos con la carrera de diseño gráfico.

Objetivos Específicos

- Explicar las diferentes funciones que desempeña el diseñador gráfico a nivel profesional.
- Identificar la percepción de profesionales de otras carreras vinculadas con diseño gráfico.
- Valorar las opiniones del diseño gráfico en distintos sectores de la sociedad nicaragüense.

5. Antecedentes

De acuerdo al tema de investigación: Impacto de la profesión del diseño gráfico en la sociedad nicaragüense, más propiamente en el departamento de Managua, encontramos documentos monográficos de miembros de diseñadores que han realizado anteriormente, relacionados con el tema de nuestra investigación.

El primero de ellos fue realizado por Ricardo Delgadillo, Lucía Cruz y Richard Moncada en el año 1998 con el tema “Diseño gráfico local y las multinacionales en el período 1990-1995” con el propósito de conocer el papel que juega la presencia de las multinacionales de publicidad en la producción gráfica y contribuir así con una nueva perspectiva profesional.

La recopilación del tema de nuestra investigación tiene como objetivo describir el valor del diseño gráfico en la sociedad de Nicaragua, del departamento de Managua, desde diferentes puntos de vista profesionales en relación con el diseño gráfico.

Otro estudio que ofrece un acercamiento a los temas que centran la atención a los investigadores de área en el siguiente documento monográfico tiene como autores a Anielka Pérez y Anne Pérez, realizada el año 2006 con el tema: “Análisis de la Evolución del Diseño gráfico de El Nuevo Diario de 1994-2003”, presentando los formatos gráficos utilizados dentro de ese medio para conocer su proceso de cambio.

Entre los años 2014 y 2015 identificamos que diversos documentos estaban enfocados a realizar un análisis gráfico respecto a la percepción visual que posee la sociedad ante el diseño gráfico por lo que hacemos mención de algunos de estos documentos:

El estudio realizado por Oscar Meléndez, titulado “Análisis comunicacional de la percepción de los estudiantes universitarios de la UCA del último año de la carrera de Comunicación Social del 2013 sobre la Gigantografía gubernamental expuestas en las rotondas El periodista y Rubén Darío de Managua en el periodo de abril a Junio del 2013” tiene como objeto de estudio la percepción e influencia de la propaganda política del gobierno en curso sobre jóvenes universitarios.

Relacionada con la anterior Daniela Herrera y Ana Guadamuz profundizaron sobre el proceso semiótico y retórico en que se fundamentaron los

carteles políticos de la defensa del FSLN, en su dinámica social comunicativa y desde qué perspectiva y percepciones semánticas ocurrían en el intérprete, con el tema “Análisis de la semiótica y la retórica visual aplicada a los carteles políticos de la defensa del FSLN entre los años 1979-1990.

Dentro de esta misma idea Rebeca López y Lubianca Murillo en su “Estudio Semiótico en las estrategias de Comunicación Visual de las campañas publicitarias de las marcas Dove y Sedal de productos para el cabello en el año 2013-2014 y su impacto en el público femenino entre las edades de 19 a 50 años de UPOLI” tenía como objeto identificar la percepción e impacto que estas tenían en las mujeres y de qué manera esa percepción influía en la compra del producto.

Otro análisis semiótico parecido a los anteriormente mencionados es “Análisis semiótico de los anuncios pequeños publicados en las últimas páginas de la Revista Cinematográfica en la edición del 8 al 14 de agosto del año 2013” llevada a cabo por Scarlet Silva y Néstor Rodríguez, donde determinaron posibles soluciones entre la falta de estética en el diseño gráfico de dicha revista y establecieron una comparación entre diseño estéticos y antiestéticos.

Para finalizar dicha mención tenemos el documento monográfico “Análisis y Comparación de estilos gráficos utilizados en proyectos realizados por estudiantes de la escuela de Diseño y Escuelas de Diseño en Latinoamérica. Imagen corporativa, campaña publicitaria y campaña social del turno matutino en la carrera de Diseño Gráfico del periodo 2011 hasta 2014”, realizado por Mario Espinoza y Denis Herrera, cuyo enfoque fue comparar los PIM de los estudiantes de la UPOLI con proyectos de estudiantes latinoamericanos con el propósito de definir los parámetros de calidad del Diseño Gráfico que son utilizados por los estudiantes en sus proyectos y la importancia de seguir tendencias de Diseño en dichos proyectos.

Como podemos observar en lo antes descrito se han realizado diferentes documentos monográficos en relación al diseño gráfico y como es percibidos en la sociedad desde diferentes enfoques y objetos de estudio, unos con mayor énfasis en semiótica, funcionalidad e influencia del diseño en la misma

3. Marco Teórico

El diseño es un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas. Una unidad de diseño gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado. Un producto industrial debe cubrir las necesidades de un consumidor.

En pocas palabras, un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de «algo», ya sea esto un mensaje o un producto. Para hacerlo fiel y eficazmente, el diseñador debe buscar la mejor forma posible para que ese «algo» sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente. Su creación no debe ser sólo estética sino también funcional, mientras refleja o guía el gusto de su época

Para comprender mejor la temática a desarrollar es necesario conocer los significados de los conceptos más utilizados en esta investigación. Se mencionan los términos más elementales en este proceso, para comprender qué es el diseño.

Al momento de hablar de diseño nos encontramos con diversas definiciones o conceptos que se han formado a lo largo del tiempo. Entre ellas estas las siguientes:

El diseño es un proceso de trabajo estructurado para crear objetos, imágenes o espacios, que también se utiliza con éxito para crear servicios y, más aún, para crear estrategias empresariales innovadoras. Se trata de un proceso creativo enfocado a definir nuevos conceptos y a resolver de modo original problemas y limitaciones, por lo que está ligado al proceso de innovación: se utiliza para crear algo nuevo o para mejorar lo existente, contribuyendo así en los procesos de innovación radical o incremental.

También podemos definir diseño como un proceso o labor destinado a proyecta, coordinar, seleccionar y organizar un conjunto de elementos para producir y crear objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados.

Según Yeves Zimmermann (1998) rastrea en la etimología de este vocablo en las palabras de diseño y designio que comparten una misma raíz:

Signo o seña del latín signa- signum = señal, marca o insignia.

La seña es el signo de una cosa, su aspecto propio y esencial. La palabra diseño procede del italiano “designare” que deriva del latín “designare” que significa designar, marcar, dibujar.

En diferentes opiniones tenemos diversas definiciones de que es Diseño: por ejemplo, Reswiche señala que “El diseño es una actividad creativa que supone la existencia de algo nuevo y útil sin existencia previa”. Archer opina que “es una actividad orientada a determinados fines para la solución de problemas”.

Para Jorge Frascara el diseño “es una actividad humana volitiva, una actividad abstracta que implica programar, proyectar, coordinar una larga lista de factores materiales y humanos, traducir lo invisible en visible, en definitiva, comunicar. Por lo tanto, el diseño es el factor principal de la humanización innovadora de las tecnologías y el factor crítico del intercambio cultural y económico.

El diseño es una actividad creativa que tiene como objeto establecer las cualidades multifacéticas de los objetos, procesos, servicios y sus sistemas en sus ciclos de vida completos.

Diseño de acuerdo con Juan Bautista Lamarck es en síntesis una estrategia y una táctica de la mente que se moviliza desde que se inicia la decisión de gestar un objeto útil hasta que se logra su corrección final, atravesando todos los pasos o instancias requeridas para lograr una forma que cumpla su propósito, una forma que funcione, o como forma que sigue una función.

En resumen podemos decir que el diseño es una profesión con disciplina que tiene el fin de idear y proyectar mensajes a través de imágenes, también se le llama comunicación visual ya que tiene una íntima relación con la comunicación, como ciencia, teórica y disciplina gráfica.

El Diseño Gráfico ejecuta los mensajes visuales que contemplan aspectos informativos de identidad, persuasión, tecnológicos, productivos, es un proceso creativo, en el cual se elaboran estrategias de comunicación que se desarrollan de manera Visual para darle solución a un problema determinado de manera positiva y como factor de cambio en la sociedad.

b. La Escuela de la Bauhaus

Con la Primera Guerra Mundial los vanguardistas artísticos de los años 10 y 20 ven más allá de la devastación una oportunidad de crear un nuevo modo de vida orientado a transformar el entorno por medio de la aplicación y uso del arte a los objetos cotidianos. Cuando el arte ya no se encuentra ligado a la representación y la sociedad mira a la máquina con admiración considerándola símbolo y motor del progreso, capaz de dominar la naturaleza, es cuando los artistas de la vanguardia ven en la unión del arte con la industria la posibilidad de crear un nuevo entorno material y espiritual, y con ello un nuevo paradigma de civilización. El desarrollo del pensamiento racional en el arte se observa en la creación de un vocabulario formal geométrico y austero, que es comunicado a la población por medio del diseño de objetos de uso cotidiano. (Bauhaus E. d.)

De esta forma es creado la Escuela de Artesanía, Diseño, Arte y Arquitectura surgida de la unión de la Escuela de Bellas Artes con la escuela de Artes y Oficios por medio del arquitecto Walter Gropius en Weimar (Alemania) y conocida oficialmente como la *Staatliches Bauhaus* (“Casa de la Construcción Estatal”)

Para Gropius la base del arte estaba en la artesanía: los artistas tenían que volver al trabajo manual.

Con ella se trataba de unir todas las artes estableciendo así una nueva estética que abarcaría todos los ámbitos de la vida cotidiana, “*desde la silla en la que usted se sienta hasta la página que está leyendo*” (Heinrich von Eckardt).

El objetivo de la escuela, encabezado por Gropius, era reformar la enseñanza de las artes para lograr una transformación de la sociedad burguesa y orientaba a sus alumnos a la creación de productos que tuvieran un alto grado de funcionalidad, que cumplieran las exigencias de la producción industrial, que fueran asequibles y respondieran a las necesidades de la sociedad de la época. Se analizó teórica y prácticamente el concepto de función.

Los talleres que dictaban contaban con dos profesores: un artista, quien les enseñaba aspectos formales; y un artesano, que les enseñaba de fabricación o medios de producción. El alumno trabajaba en las clases por el método de la experimentación y descubrimiento personal. Esta metodología tiene su origen en el científico matemático Leibniz, para quien el pensamiento científico debía verificarse en la relación recíproca entre hallazgo (investigación, descubrimiento) y demostración. (Heinrich von Eckardt).

Desarrolla el método de arte de la invención que tenía sus bases en el descubrimiento, la certeza y la demostración. Para Leibniz el cálculo era equivalente al pensamiento e interesado en los procedimientos combinatorios hizo aportaciones para el perfeccionamiento de la lógica matemática. . Al igual que otros movimientos pertenecientes a la vanguardia artística, los procesos políticos y sociales tuvieron gran influencia. Con el final de la primera guerra Mundial comenzaron a surgir movimientos revolucionarios que aspiraban provocar una renovación radical de la cultura y la sociedad que con la necesidad de encontrar nuevos caminos en cuanto a diseño y composición. (Bauhaus E. d.)

Por primera vez, el diseño industrial y gráfico fueron considerados como profesiones ya que se establecieron las bases normativas y los fundamentos académicos tal y como los conocemos en la actualidad (antes de la Bauhaus estas dos profesiones no existían del modo en que fueron concebidas dentro de esta escuela).

Uno de los principios establecidos desde su fundación fue *“la forma sigue a la función”*, por lo que en arquitectura los diferentes espacios eran diseñados con formas geométricas según la función para la que fueron concebidos.

La Bauhaus es sinónimo de modernidad, de colores primarios, nuevas concepciones del espacio y de la forma e integración de las artes. (la Bauhaus)

Años más tarde, tras la Segunda Guerra Mundial, Alemania emprende la reconstrucción de su nación y el levantamiento económico gracias al desarrollo de la educación y la producción, donde el diseño industrial jugó un rol muy importante. En 1955 se funda la Hochschule für Gestaltung o Escuela Superior de Diseño en la ciudad de Ulm. Inicialmente pretendía continuar con el legado de la Bauhaus, bajo la dirección de Max Bill, con la aproximación al diseño a partir de la intuición y descubrimiento exploratorio, y con la valoración de la creación individual y artística.

Sin embargo, en 1956, cuando asume la dirección Tomás Maldonado, se deja atrás la orientación de la Bauhaus para incorporar nuevas disciplinas científicas y técnicas, como la ergonomía, física, politología, psicología, semiótica, sociología, teoría de la ciencia, biónica en el programa de estudios. De este modo se situaba la tradición del racionalismo alemán, bajo el empleo de métodos matemáticos para así demostrar su carácter científico. Se promovió con insistencia el desarrollo de metodologías de diseño a partir de sistemas modulares. El enfoque del diseño se orientó a satisfacer necesidades sociales con un alto grado de funcionalidad práctica o técnica, de donde se origina la doctrina *“la forma sigue*

a la función". Sin embargo, las funciones de los signos o las funciones comunicativas de los productos no se perfilaban aún.

c. Diseño como ciencia y disciplina

Cuando nos enfrentamos al diseño, como una disciplina, estamos en presencia de muchos pensamientos en torno a este tema, para Fernando Rodríguez Álvarez el diseño es una complejidad que demanda la acción simultánea de diversos especialistas para descifrarla y una conciencia clara de lo que cada disciplina puede y debe aportar. Las modalidades y grados de integración de esas disciplinas que concurren a resolver un problema implican necesariamente su existencia autónoma. (Universidad de Palermo, 2007)

Luis Rodríguez afirma que el diseño como disciplina autónoma implica que debemos hacer un esfuerzo para desarrollar una teoría sólida del diseño, pues esta es un prerrequisito para formar una disciplina. De frente a los rápidos cambios que se están dando, la magnitud de los problemas y su novedad, la teoría del diseño deberá concentrarse en su centro, no en sus límites y explicar ese centro desde diversas disciplinas.

El diseño como disciplina surge fundamentalmente como resultado de la revolución industrial. En ese sentido podemos afirmar con cierta precisión que, es inherente al diseño, el espíritu moderno, es decir, la disciplina como tal es fundamentalmente moderna. La innovación es lo que nutre y guía fundamentalmente al diseño o diseñador en el proceso de creación. La innovación generalmente es una variable y el método que utilizamos para ello es lo que llamamos interdisciplinariedad, el cruce de distintas disciplinas para generar nutrientes necesarios para obtener la innovación suficiente para el diseño. (Universidad de Palermo, 2007)

En caso del diseño como ciencia se puede decir que por mucho tiempo se habló del diseño como una disciplina de tendencia más artística que científica pero ahora el rol cambió y el diseño se comporta como una disciplina conciliadora que aporta a distintas áreas por igual, sin embargo aún no despliega su potencial en el ambiente científico y tecnológico, ya que se sigue considerando como una solución estética y no como una funcionalidad.

En la actualidad una nueva corriente denominada Design Research (Investigación del Diseño) está introduciendo la metodología científica procedentes principalmente de las Ciencias Sociales y explica la necesidad de aplicar una metodología científica en el Diseño ya que esto supone un cambio de paradigma

en el Diseño y las posibilidades de interacción que se proporcionan al usuario (Arroyo)

4. Los Comienzos del Diseño y su Evolución Histórica en Latinoamérica y Nicaragua

a. El diseño en Latinoamérica

Al abordar la historia del Diseño Gráfico en Latinoamérica vemos que es una disciplina que llegó a esta región gracias a la incidencia de profesionales europeos, siendo Bauhaus la de mayor influencia.

Aunque particularmente se está familiarizado con el diseño gráfico en los Estados Unidos y Reino Unido, en Latinoamérica es visto como productor de objetos culturales con un especial manejo de sus orígenes y aplicación de elementos ancestrales que le permiten dar una identidad propia ya que se ha producido de una forma más inusual y enérgica, vivo ejemplo de esto son las calles de Argentina, Ecuador o Brasil, aquí el diseño gráfico posee una nueva visión en cuando a la creación de piezas, imágenes, objetos en cuya intención oculta esta también generar un cambio en el orden cultural que se tiene de un lugar.

También es una herramienta importante para expertos y autodidactas que buscan comunicar las raíces del diseño en diferentes estilos, así pues, es el caso de Claude Dieterich, pionero del diseño gráfico peruano moderno (1930), quien después de trabajar en París en diversas agencias de Publicidad y en el diseño de revistas, se establece en Lima implementando las influencias europeas en el diseño gráfico contemporáneo de America Latina.

Cabe destacar a Gerd Leufert quien se estableció en Caracas y fue autor de 26 sellos para la Administración de Correos y es calificado como el padre del diseño gráfico venezolano. En México en 1539, fray Juan de Zumárraga es el autor del primer libro impreso en América; durante el siglo XVIII se ocuparon básicamente de reproducir imaginería religiosa, poco después en 1830, la litografía se ocupó también de esos menesteres añadiendo sátiras de costumbres y caricaturas políticas en periódicos similares a los europeos.

En Argentina prevalece una fuerte influencia francesa, los mejores cartelistas argentinos de la historia son Arnaldi y Valerian Guillard, en los años

60 fue la primera potencia de América Latina en la edición de libros y otros materiales de lectura, sin embargo, es la ilustración la especialidad en la que han tenido mayor protección, destacándose Castagnino, Sabat, Quino, Mordillo y Tomás Maldonado.

Actualmente en Latinoamérica el diseño gráfico se ha inclinado a una nueva fusión entre lo tradicional y la búsqueda de materiales con un interés particular debido a propuestas estéticas, pertinentes y a la vez sostenibles que genera el medio ambiente.

b. El Diseño en Nicaragua

En Nicaragua el contexto político y social en la primera mitad del siglo XIX, provocó un estancamiento de la cultura y de las artes en el país debido a la dependencia, guerra, intervenciones, dictaduras y desventajas en el mercado internacional. No existía un desarrollo autóctono que diera razón y contenido a la fabricación de formas particulares ni una libertad de prensa que permitiera una crítica a través de la comunicación visual.

Fue hasta en 1929 que se introdujo la técnica de la xilografía por Joaquín Zavala Urtecho inclinado a la tendencia cubista. En los años cuarenta, durante la II guerra mundial surgen Agencias de publicidad en Nicaragua, siendo la primera la fundada por el poeta Joaquín Pasos y el dibujante caricaturista Toño López en los años 40. A final del siglo XX que los comunicadores visuales buscaron la comunicación a través de un arte más íntimo, poético y personal, así asimilan estilos modernos y adoptan temas relacionados con las raíces culturales como la búsqueda de identidad.

Los artistas visuales que comenzaron su carrera pictórica durante los años 60 fueron formados con todas las calamidades políticas, sociales y económicas que influyeron de manera determinante de sus planteamientos estéticos. Esto dio origen al grupo Praxis como movimiento artístico, siendo su principal potencia el cartelismo.

Después de la II Guerra Mundial la capacidad productiva se volvió hacia los bienes de consumo, las perspectivas de la estructura capitalista podían significar una interminable expansión y prosperidad económica. El diseño era un buen negocio y la necesidad de desarrollar una imagen corporativa entre el sector público fue de gran impulso para el diseño para formar una reputación basada en calidad y confianza. En 1963 se pone en marcha el tratado del Mercado común

Centroamericano firmado en 1960, tiempo en que la publicidad mundial es convulsionada con la teoría de posicionamiento de la mente del consumidor y la teoría USP de Rosser Reeves.

A raíz de la situación política de los años 1978 la economía y la publicidad realizada con fines comerciales empieza a decrecer, pero con el triunfo de la Revolución Popular Sandinista se define una época de cambios estratégicos que estaban destinados a transformar la economía y el bienestar del pueblo, es aquí donde el cartel juega un papel fundamental en Nicaragua como impulso del diseño gráfico y la necesidad de la comunicación visual.

Por otro lado las escuelas de diseño comenzaron inicialmente en la década de los ochenta principalmente en México, Sur América, Europa y Estados Unidos sin ser Nicaragua la excepción, la Escuela de Diseño Industrial en sus tiempos iniciales se abrió en la Universidad Politécnica de Nicaragua, siendo ahora la Escuela de Diseño, otorgando dos carreras: Diseño de Producto y Diseño Gráfico Actualmente cinco Universidades más ofertan la Carrera de Diseño Gráfico, siendo prueba de la evolución que ha tenido el Diseño no solo como Carrera sino como una profesión.

c. ¿Qué es Diseño Gráfico?

El diseño gráfico es una profesión cuya actividad consiste en concebir, organizar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinados a transmitir mensajes específicos a grupos sociales y con objetivos claros y determinados. Esta actividad posibilita comunicar gráficamente ideas, hechos y valores procesados y sintetizados en términos de forma y comunicación, factores sociales, culturales, económicos, estéticos y tecnológicos.

También se conoce con el nombre de diseño en comunicación visual, debido a que algunos asocian la palabra gráfico únicamente a la industria gráfica, y entienden que los mensajes visuales se canalizan a través de muchos medios de comunicación, y no solo los impresos.

d. Perfil de la Carrera de Diseño Gráfico, UPOLI

La Escuela de Diseño, forma y actualiza en los niveles Técnico Superior y Licenciatura a diseñadores gráficos con sentido investigativo, creativo y

comunicativo en el ámbito del diseño multidimensional, por medio del quehacer profesional, científico y tecnológico.

La carrera de diseño, tiene como objetivo formar profesionales capaces de dar soluciones de diseño, acordes con nuestra realidad. El diseño como actividad profesional interdisciplinaria, combina a través del proceso de diseño, conocimiento de los factores humanos, tecnológicos y socioeconómicos, el cual se vale del lenguaje bidimensional (dibujo a mano alzada técnicas de representación, diseño asistido por computadora) y del lenguaje tridimensional (maquetas y productos gráficos), para realizar una actividad proyectual que consiste en determinar las propiedades formales de los objetos producidos industrialmente.

e. Perfil Profesional

- * El o la diseñador(a) gráfico(a) es un(a) proyectista dotado(a) de sentido ético, estético y científico que trabaja para la comunidad y como tal, debe resolver problemas generales de grupos.
- * El o la profesional recomienda, elige y elabora la forma final de sus creaciones visuales gráficas, decide sobre los materiales adecuados y las técnicas justas; tiene en cuenta las funciones, los factores psicológicos y financieros de sus mensajes a través de los medios masivos de comunicación visual con los que se dirige al público.
- * Centrándose en dar respuesta a la problemática social de acuerdo con las posibilidades tecnológicas y científicas. Puede desempeñarse como Diseñador Gráfico en el Estado, la ONG y el sector Privado.

f. Campos laborales en que se desempeña un diseñador gráfico

- * Ilustración: Es la acción y efecto de ilustrar (dibujar, adornar) se puede emplear en folletos, carteles, libros, invitaciones, periódicos, playeras; en realidad es parte del medio editorial.

La Ilustración se clasifica en:

- Ilustración científica
 - Literaria
 - Publicitaria
 - Editorial
- * Fotografía: Arte y ciencia de obtener imágenes visibles de un objeto y fijarlos sobre una capa material sensible a la luz. También la podemos definir, como la reproducción por medio de reacciones químicas, en

superficies convenientemente preparadas de las imágenes recogidas en el fondo de una cámara oscura.

Se clasifica en:

- Artística
- Periodística
- Publicitaria

* **Identidad Corporativa:** Se define como un conjunto de atributos y valores que toda empresa o cualquier individuo, posee: su personalidad, su razón de ser, su espíritu o alma. La imagen que refleje la empresa a través de la personalidad, la hará identificarse de las demás, y colocarse en mayor o menor escala. La propia empresa se dará a conocer a través de sus propias normas y comportamientos, la cultura de la empresa. La imagen visual es uno de los medios prioritarios, que más utilizan las empresas para transmitir y manifestar su identidad, mostrándola al público.

* **Cine y Web:**

No es simplemente una aplicación del diseño convencional, ya que requiere tener en cuenta cuestiones tales como programación, navegación en red, texto, imágenes, música, orden en información, en si un diseño agradable y competente. El área de diseño web está totalmente ligada al diseño multimedia.

La unión de un buen diseño con una jerarquía bien elaborada de contenidos aumenta la eficiencia de la web como canal de comunicación e intercambio de datos, que brinda posibilidades como el contacto directo entre el productor y el consumidor de contenidos, característica destacable del medio.

En el cine el diseñador gráfico tiene una participación importante y variada, ya que participa en la elaboración del storyboard, en el diseño de carteles, en la dirección fotográfica y en la elección de tipografía para los créditos. Todo este trabajo lo hace en equipo ya que se requiere de un buen número de especialistas para poder crear cine.

* **Tipografía:** Es el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa, transmitir con cierta habilidad, elegancia y eficacia, las palabras. La tipografía es el reflejo de una época. Por ello la evolución del diseño de las mismas responde a proyecciones tecnológicas y artísticas. El signo tipográfico se ha considerado como uno de los miembros más activos de los cambios culturales del hombre.

- * Señalética: La señalética tiene por objeto identificar, regular y facilitar el acceso a los servicios requeridos por los individuos en un entorno definido. El sistema debe de ser creado y adaptado en cada caso en particular.

5. Diseño, Comunicación Visual y Psicología Social

a. Comunicación Visual:

Simplificando, podemos afirmar que comunicación visual es aquella en la que predominan las imágenes en la construcción de mensajes, por tanto está íntimamente ligada al diseño gráfico. Es la relación que existe entre la imagen y el significado. Debido a que la imagen es un factor directo de reacción, simbolización y percepción, debe de tener un significado fácil de comprender. La comunicación visual suele ser directa, penetrable y universal.

Funciones de la comunicación visual

Se corresponden con las funciones generales de la comunicación, pero relacionadas directamente con los elementos que permiten la comunicación visual.

- * Función expresiva o emotiva: Se trata de imágenes utilizadas con finalidad sentimental, su objetivo es transmitir emociones.
- * Función conativa, apelativa o exhortativa: Las imágenes de los mensajes publicitarios cumplen, por excelencia, con esta función relacionada con la persuasión, cuyo objetivo es convencer.
- * Función referencial o informativa: Son imágenes cuyo objetivo es informar. Su función es ilustrar un texto o una noticia. Su uso es acusado en libros de texto o prensa, así como también en señales de tráfico.
- * Función poética o estética: Consiste en aquella imagen que busca la belleza con sentido artístico, estético. Son imágenes que valen en sí mismas.
- * Función fática: Se trata de aquella que tiene como objetivo llamar la atención. Es muy frecuente en el uso de contrastes, en los tamaños y al igual que la conativa es muy utilizada en los mensajes publicitarios.
- * Función metalingüística: Es aquella función que se refiere al código, se ha de conocer el código para otorgarle un significado. El receptor tiene que descifrar los códigos empleados para comprender la significación de la imagen.
- * Función descriptiva: Ofrece información detallada y objetiva sobre aquello que representa (dibujos científicos, mapas, entre otros).

- * Incidencia de la forma del mensaje

Investigadores como Frascara, Meurer y Toorn consideran que la excelencia de la forma de un mensaje provee fuerza a la comunicación: resulta en una expansión de la experiencia visual del público; refuerza la relación simbólica entre forma y contenido; intensifica la experiencia visual del observador; guía el acto visual en términos de jerarquías y secuencias; confiere valor estético al objeto y genera placer; despierta una sensación de respeto por la habilidad y la inteligencia del autor y conecta al observador con valores culturales que trascienden la estricta función operativa del diseño

- * La imagen en la comunicación visual

La imagen es un objeto de percepción o simbolización. El ser humano percibe una sensación, sentimiento o actitud, sobre una imagen que observa; lo que el receptor sienta dependerá mucho de lo que el creador de dicha imagen quiera transmitir.

- * Interpretación de la imagen simbólica

La imagen simbólica es la representación que se expresa mediante signos y símbolos y constituyen el mayor grado de abstracción de las imágenes. La interpretación de estas depende de la capacidad del individuo para descifrar los códigos empleados, por ejemplo, al interpretar un mapa, los diferentes colores representan las distintas profundidades de los océanos, las rutas marinas o las latitudes de los relieves. La percepción visual y el conocimiento son claves en la interpretación de la imagen simbólica, es lo que permite otorgarle un significado a los símbolos y lograr la comprensión.

b. Psicología Social

Es una de las ramas de la psicología la cual estudia como los sentimientos, pensamientos y comportamientos de las personas están influenciados por la presencia imaginada, real e incluso implicada de otras personas. Es la que determina el modo en el que funciona la sociedad y la forma en la que tiene lugar la interacción social. Gracias a la psicología social y a sus procesos se delinean las características de la psicología humana. La psicología social es la que examina la determinación mutua entre un individuo y su entorno social.

La psicología social aborda diferentes tipos como el conductismo, el materialismo dialectico, la psicología posmoderna, el psicoanálisis y la perspectiva de los grupos.

- * **El conductismo:** Considera a esta rama de la psicología como el estudio de la influencia social y fija sus esfuerzos en analizar el comportamiento del sujeto con respecto a la influencia del entorno de otros. (A principios del siglo XX surge en la Psicología norteamericana un movimiento en oposición hacia la tradición alemana; orientado hacia la conducta objetiva y la utilidad práctica. El principal representante de este nuevo sistema fue John B. Watson (1878-1958), interesado únicamente en la conducta y no en la experiencia consciente.-(conductismo)
- * **Perspectiva de los grupos:** Según esta perspectiva cada conjunto de individuos constituye una unidad de análisis con identidad propia, es decir, la psicología social estudia los grupos humanos, siempre como un punto intermedio entre lo social y despersonalizado y también entre lo particular y lo individual. La psicología de los grupos para la psicología social queda reflejada por Hogg y Moreland (1993) de esta manera: "Casi cualquier fenómeno que estudia la psicología social (auto-percepción, formación y cambio de actitud, atracción interpersonal, influencia social, conformidad y desviación, prejuicio) sucede en el contexto de grupos pequeños, es por lo tanto el grupo pequeño importante para la psicología social" (Grupos)
- * **Psicología posmoderna:** Para esta psicología, la psicología social es la que se encarga de analizar los componentes que intervienen en la fragmentación social y en la diversidad.
- * **Psicoanálisis:** Este entiende a esta rama de la psicología social como la rama que examina las pulsiones y las represiones colectivas, las cuales tienen su origen en el interior del inconsciente individual para condicionar lo colectivo e influir en lo social siendo Sigmund Freud, "*El padre del psicoanálisis*".
- * **Enfoque del materialismo dialéctico:** Este se enfoca en los supuestos de necesidades individuales y colectivas. Este concepto de necesidad es importante para el materialismo dialéctico ya que sugiere que en el contexto social se creen nuevas necesidades. Caracterizando su método dialéctico, Marx y Engels se remiten generalmente a Hegel, como al filósofo que formuló los rasgos fundamentales de la dialéctica. Pero esto no quiere decir que la dialéctica de Marx y Engels sea idéntica a la dialéctica hegeliana. En realidad, Marx y Engels sólo tomaron de la dialéctica de Hegel su "médula racional", desechando la corteza idealista hegeliana y desarrollando la dialéctica, para darle una forma científica moderna. (Dialéctico)

c. Relación de la comunicación social y psicología social con el diseño gráfico.

Un diseño está vivo cuando éste entra en interacción con la gente. Si es verdad que «todo comunica» es porque todo significa. ¿Cómo negar entonces que todo mensaje gráfico está condenado a comunicar? Imposible evitar transmitir informaciones. Así considerado, en su cara a cara con las personas, el diseño gráfico ha evolucionado, y hoy es, fundamentalmente, comunicación visual. Y así será cada vez más en el futuro, donde la noción de proyecto crecerá para extenderse, más allá de «lo gráfico», a la dimensión visual del ser.

Las viejas ideas reduccionistas del marketing y de la publicidad, que definen a las personas como target, público-diana, consumidores, etc., son superadas definitivamente por lo que es esencial y anterior a todo eso. Antes que público, consumidor, usuario, etc., el ser humano es un ser visual.

Todo lo que es visible concierne al ojo. Toda información visiva es trabajo del diseñador gráfico, del visualista, el comunicador visual y de sus colaboraciones con las demás disciplinas del Diseño.

A partir de lo dicho hasta aquí, las siguientes reflexiones son un resumen que va en la línea de superar y enriquecer las dimensiones de lo que, desde la Bauhaus, conocemos como «diseño gráfico», y que con las nuevas tecnologías llamamos graphic design. Profundicemos en la Comunicación Visual.

La comunicación visual no es un movimiento aislado. Es un epifenómeno que avanza paralelamente con la tecnología hacia el futuro. Con la sociedad del conocimiento y de los valores. Con los movimientos sociales interculturales y medioambientales.

d. Principios para la Comunicación Visual

1. El Diseño se dirige a las personas, a diferentes partes de la sociedad en un contexto cultural dado. Ellas son la razón de ser del diseño en cualquiera de sus variantes. Y no obstante, entre la gran masa de literatura y el océano de imágenes y estímulos visuales en que estamos inmersos, se echa en falta una sociología crítica del Diseño.
2. El Diseño es una actividad proyectual. Todo diseño es fruto de un designio. Está hecho para cubrir una función, para solucionar un problema o para mejorar la calidad de vida de la gente. Diseño responsable.
3. Lo que define la idea de proyecto, con sus componentes creativas y técnicas, es su potencial de innovación. Proyecto e Innovación constituyen la matriz del Diseño, que a su vez es la matriz de sus distintas disciplinas (arquitectónico, industrial, gráfico, etc.).
4. El diseño gráfico es, específicamente, diseño de comunicación. Vincula la información con la semiótica. Los mensajes son sistemas semióticos. Contienen significados, tanto por la vía semántica como por la vía de la estética.
5. La facultad de transmitir información implica que todo proyecto gráfico o visual, y todo mensaje, se refieren a cosas ausentes, que no están aquí sino significadas. Los mensajes son sistemas de signos y el visualista opera con ellos y los organiza en formas comunicables portadoras de sentido.
6. Esta condición comunicativa es propia del Lenguaje. De su capacidad por tratar del pasado, del presente y del futuro; de lo real, de lo imaginario y de todo lo que puede ser pensado. Una propiedad específica que solo posee el diseño gráfico. Y ninguna otra disciplina de Diseño.
7. Diseño gráfico es diseño de comunicación, es decir, transmisión de información, de significados. Las demás disciplinas diseñan funciones, que liberan del esfuerzo físico, ahorran tiempo o cubren necesidades.
8. El paso del concepto de «diseño gráfico» al de comunicación visual es el salto directo con el que superamos nuestra tradicional introversión en «el diseño» (mi oficio, la disciplina, lo que yo hago), y en «lo gráfico» (el medio y el lenguaje que utilizo).
9. Asumir la comunicación como función esencial del diseño gráfico, es salir fuera de la burbuja profesional para interactuar con las personas y la sociedad, a través del principal canal de percepción, de conocimiento y de recuerdo: el canal visual. Por eso debemos volver a la psicología de la percepción tal como hoy la explican los gestaltistas.
10. Esta mutación del diseño, que va más allá de los límites del espacio gráfico (hoja de papel y pantalla), abre un inmenso horizonte a la innovación y al desarrollo de la comunicación, ya que ella abarca todas las dimensiones de lo gráfico, lo visual y lo visualizable.

11. La última de estas dimensiones es la Esquemática, una faceta de largo recorrido y utilidad que está prácticamente por descubrir. A través de la creación de modelos, la comunicación visual deviene una herramienta estratégica, incluso para el propio diseñador, que le es indispensable en la toma de decisiones, en la planificación de contenidos, en el diseño de acciones, servicios, eventos, etc.
12. Los nuevos campos de la comunicación visual sobrepasan incluso las clásicas colaboraciones del diseño gráfico con la arquitectura, el diseño industrial, la moda, la publicidad y el marketing. La sociedad del conocimiento reclama la intervención de la comunicación visual en los grandes ámbitos en desarrollo: las industrias culturales, la difusión de la ciencia, la tecnología, la educación, la cultura ambiental, el entorno urbano, la innovación, el civismo, la responsabilidad social.

Con la Psicología Social, a medida que profundizamos en problemas comunes y proyectos involucrados por seres humanos es mayor la necesidad de comprender a la gente y su interacción.

Para quienes somos diseñadores es especialmente complejo pues como en otras carreras creativas estamos en un proceso de cambio de paradigma desde una visión egocentrista de creadores individuales a otra totalmente diferente como facilitadores de estos procesos en grupos. Por ello debemos entender y profundizar en varios temas de los que la psicología tiene amplia información y procurar hacer algo más complejo: gestionar nuestros propios comportamientos.

Entre las nuevas competencias que debemos desarrollar destacamos:

- * **Asertividad:** «Mirar los toros desde la barrera» sin dejarnos dominar por enganches emocionales o de ego, para ello debemos desarrollar una habilidad para vernos como "actores" actuando en el escenario pero asistiendo al mismo tiempo desde la platea.
- * **Empatía:** «Ponerse en los zapatos del otro», entender los motivos que llevan al interlocutor a pensar diferente, desarrollar complicitad rompiendo pre-conceptos para llegar a la gente.
- * **Compasión:** Aunque en nuestra lengua castellana tiene ciertas connotaciones religiosas, tiene que ver con nuestra sensibilidad y genuina preocupación ante situaciones y problemas de los demás. El desarrollo de esta habilidad implica también un desarrollo personal total pues implica liberarse de prejuicios y ver a los demás en su real magnitud humana por encima de roles o jerarquías.

1. **Preconceptos:** Si nuestra mente no tomara decisiones rápidas en base a informaciones recibidas o experiencias pasadas no podríamos sobrevivir. Lo que sucede es que en nuestro entorno artificial no nos tomamos el tiempo para validar la información y muchas veces tomamos conclusiones apresuradas sin tener todo el conocimiento necesario, en base a intuiciones que no siempre resultan correctas y por ende pueden ser injustas o ineficaces.
2. **Creencias:** Tenemos un sólido bagaje de conocimientos adquiridos y heredados esencialmente por nuestro entorno cultural, educativo y familiar (externas) y otras a partir de nuestros pensamientos, experiencias y opiniones (internas). Al igual que los preconceptos, las creencias influyen en nuestro comportamiento. En entornos culturales diversos puede ser que la creencia del otro no corresponda a la propia y no tengamos la empatía para aceptarlo.
3. **Inconsistencia:** Estas son las divergencias entre nuestra actitud y nuestro comportamiento. A pesar de tener fuertes creencias no somos totalmente apegados a ellas. Hacemos cosas que no corresponden a lo que decimos creer y para ello siempre tenemos una justificación.
4. **Obediencia:** Los seres humanos somos de manada y necesitamos confiar, por ello solemos respetar la autoridad sin cuestionar. La obediencia que es casi automática no es sistemática.
5. **Roles:** La obediencia tiene que ver también con el manejo de roles. Estos roles deben ser consensuados por el grupo que le reconoce a cada integrante la autoridad en su campo. El problema es que cuando actuamos como consultores los diseñadores solemos auto concedernos el rol de especialistas sin que ello sea necesariamente validado por el interlocutor. En procesos creativos como el diseño participativo o el más de moda *Design Thinking*, si el diseñador se aboga el rol de especialista o autoridad, el grupo entra en proceso de obediencia coartando los propios procesos.
6. **Manejo de emociones:** Estudios recientes de Neurociencia nos explican el funcionamiento del cerebro desde la evolución de las especies. Nuestro cerebro ha evolucionado de adentro hacia afuera. La parte más racional encargada del análisis, la compasión, las creencias y la empatía se ubica en la corteza, pero en el centro está nuestro sistema límbico que llaman también «reptilio», por ser herencia de nuestros ancestros primarios. En este se concentran nuestros más bajos instintos, la rabia, la agresividad, el miedo, el impulso sexual y el hambre, entre otros. Lo que sucede cuando se trabaja en grupo y el diseñador conoce,

entiende y se ha entrenado en los puntos aquí mencionados es liberador. Se acaban los conflictos con clientes o equipo de trabajo, la transparencia generada crea el ambiente creativo necesario para obtener resultados excelentes con una ventaja adicional: un sentido de pertenencia de los proyectos que facilita rápidamente su implementación.

e. Percepción del Diseño gráfico

Desde el punto de vista de David Carson, la intuición es el conocimiento que se construye sin el uso de la razón, la intuición tiene mucho que ver con el instinto usándose de forma casi involuntaria en determinadas situaciones que requieren una reacción rápida o un pensamiento abstracto y automatizado. Es aquí donde Carson aclara que la emoción en el diseño y en el mensaje que es enviado antes de que se empiece a leer es lo que genera la información de una respuesta emocional y que tan profundo es captado el mensaje.

«Percibir es sentir, vivenciar, contactar. Sentimos nuestro entorno y nos sentimos a nosotros mismos. Esta capacidad de percibir es compartida por todos los seres vivos, aunque con características específicas en cada especie. [...] Como es bien conocido, la persona adulta percibe el mundo que la rodea y su mundo interno a través de los sentidos. Así, los estímulos son registrados en el cuerpo por medio de los distintos órganos sensoriales». (Revista Orur, 2004)

La percepción en el diseño gráfico está referida a sensaciones y experiencias inmediatas generadas por estímulos aislados simples (Maltin y Foley 1996), es decir la percepción es la interpretación, organización, análisis de esas sensaciones principalmente de nuestro cerebro (Feldam, 1999). Diversas investigaciones han demostrado que algunos factores básicos de la percepción son biológicos y en la mayoría de los casos cumplen con funciones adaptativas. Otros estudios han demostrado que la percepción es el resultado, en gran medida, de la ampliación y/o readaptación de las capacidades perceptivas innatas. A esto se puede concluir que tanto la herencia como el ambiente juegan papeles determinantes en la forma como se percibe el “todo” que nos rodea.

Particularmente la percepción y el uso de sensaciones en el diseño gráfico están fuertemente vinculadas con el objeto de diseño visto como un todo, es decir, ¿Qué es lo que se transmite?, ¿Cuál es la dinámica de las formas?, ¿Cuál es la atmosfera de color?, la composición total hace una estructura del todo y se localiza por los rasgos principales y detalles dependientes, así, poco a poco se revela el todo y empieza a ocupar todas las potencias de la mente con su mensaje.

“En el proceso de diseño encontramos un análisis exhaustivo del lenguaje visual que implica todo lo que vemos y percibimos en el mundo que nos rodea, ver es esencialmente un medio de orientación práctica, donde el

material visual recibido se organiza de modo que pueda ser captado por la mente humana.” (Percepción)

f. Psicología de la Gestalt

La Gestalt surgió en Europa como una reacción frente al elementarismo y atomismo del estructuralismo, en el primer tercio del siglo XX, centrándose particularmente en el ámbito de la percepción. Su inicio puede fecharse en 1912 con la publicación de M. Wertheimer de un artículo sobre el 'fenómeno phi' (movimiento estroboscópico), que pone de manifiesto que en la percepción aporta el sujeto 'algo' que no se halla presente en el estímulo. Los principales representantes de esta corriente psicológica fueron: Wertheimer, Köhler y Koffka.

El término "Gestalt" se traduce literalmente como 'forma'; sin embargo tiene la connotación de 'estructura configuracional' y define el enfoque adoptado por esta escuela, que se centró en el problema de la organización perceptual, desarrollando ingeniosos experimentos y demostraciones originales de numerosos fenómenos perceptuales. Especialmente, destacaron los principios de organización de modelos bidimensionales y ofrecieron su interpretación de las constancias del tamaño, forma, brillantez y color, así como de los movimientos aparentes, partiendo de una descripción fenomenológica.

El principio básico de la organización perceptual es que el todo es más que la suma de las partes, es decir, que las propiedades de la totalidad no resultan de los elementos constituyentes, sino que emergen de las relaciones espacio-temporales del todo. La percepción se halla organizada y estructurada de modo innato, concibiendo un 'isomorfismo psico-neurológico' entre la forma subyacente a los procesos neurofisiológicos y las experiencias perceptuales. Dichos procesos son entendidos como 'campos de fuerza', que interactúan y mantienen un equilibrio del que resulta una totalidad o configuración; al ser un campo una unidad dinámica, el cambio de una parte modifica a las demás. Este campo perceptivo queda determinado por una serie de leyes (superiores a la centena) que han sido sistematizadas. (Alport) (Alport, 1955)

6. Marco Metodológico

a. Tipo y diseño de investigación

El tipo de diseño de la presente investigación es no experimental, transversal y a su vez descriptiva porque la recolección de datos se realizara en un momento único con el propósito de describir variables y analizar su incidencia en un momento dado e indagar las modalidades o niveles de las variables en una población, según Sampieri y posee un alcance descriptivo porque estos estudios buscan especificar, las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier fenómeno que se someta a un análisis, donde se evalúen o recolecten datos sobre diversos conceptos (Variables), Aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. (Sampieri, 2006)

Además la investigación posee un enfoque mixto, es decir, cuantitativo y cualitativo, por ser este un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos en un mismo estudio para responder a un planteamiento del problema, (Sampieri, 2006), ya que para conocer la percepción que posee la sociedad nicaragüense, especialmente del departamento de Managua acerca del diseño gráfico, y reconocimiento del diseño gráfico por medio de un análisis del comportamiento y percepción de estudiantes, personas profesionales y no profesionales, en base al impacto de estas al diseño gráfico se utilizaran ambos enfoques.

b. Población

La población de este trabajo se conforma por profesionales y estudiantes de la carrera del diseño gráfico de diferentes universidades, profesionales y estudiantes de carreras relacionadas con el diseño gráfico de diferentes universidades, especialistas en materia y algunas empresas.

c. Muestra

En este caso la elección de la muestra para la recolección de datos será Muestra no probabilística, (Elección de elementos que no dependen de una probabilidad sino de las características de la investigación, (Sampieri, 2006), es decir se seleccionara a conveniencia de las investigadoras según características similares a la población objeto, quedando de la siguiente manera:

1. Encuestas para los estudiantes diseñadores: Un Salón de clases con estudiantes activos del 3er año de la carrera de diseño gráfico en las siguientes universidades, UCA, UPOLI, Universidad del Valle, UCC
2. Encuestas para público general: 50 personas de los alrededores de las universidades y lugares públicos.
3. Entrevistas a profesionales:
 - Administrador de Empresas
 - Mercadóloga
 - Vice- Gerente de Imprenta
 - Responsable de RR.HH
 - Coordinador de la Carrera de D.G
 - Decano de la Carrera de D.G

d. Procedimiento. ¿Cómo se va recolectar la información? La encuesta se aplica en cuatro universidades de Managua que ofrecen la carrera de diseño gráfico. Los informantes serán seleccionados mediante el muestreo por conveniencia. Es decir, que los individuos serán seleccionados entre aquellas personas que cumplan los siguientes criterios:

1) Que sea estudiantes de 3 años de diseño gráfico de las universidades UNIVALLE, UCC, UCA y UPOLI

2) Que sean personas del Barrio Salomón Moreno, Barrio 8 de Marzo, Reparto Schick, Alrededores de centros comerciales como Multicentro las Américas y Metrocentro, que tengan entre 17 a 40 años.

3) Que estén dispuestos a ser encuestados

4) Que laboren en empresas que utilizan los servicios profesionales de diseño grafico

5) Que sean personas que tengan cargos directivos o relacionados con la profesión del diseño gráfico: administración de empresas, mercadeo, publicidad, recursos humanos o que tengan cargos académicos en las universidades que ofrecen la carrera de diseño gráfico.

La construcción de la encuesta se tomará en cuenta las variables del estudio relacionadas con la percepción, valoración e impacto del diseño gráfico. Primero se elabora un cuestionario el cual será validado con un grupo de diez personas. El propósito de esta validación es detectar ciertos, errores, problemas de interpretación o comprensión de las preguntas. Una vez validado el instrumento, se procede a elaborar el cuestionario definitivo.

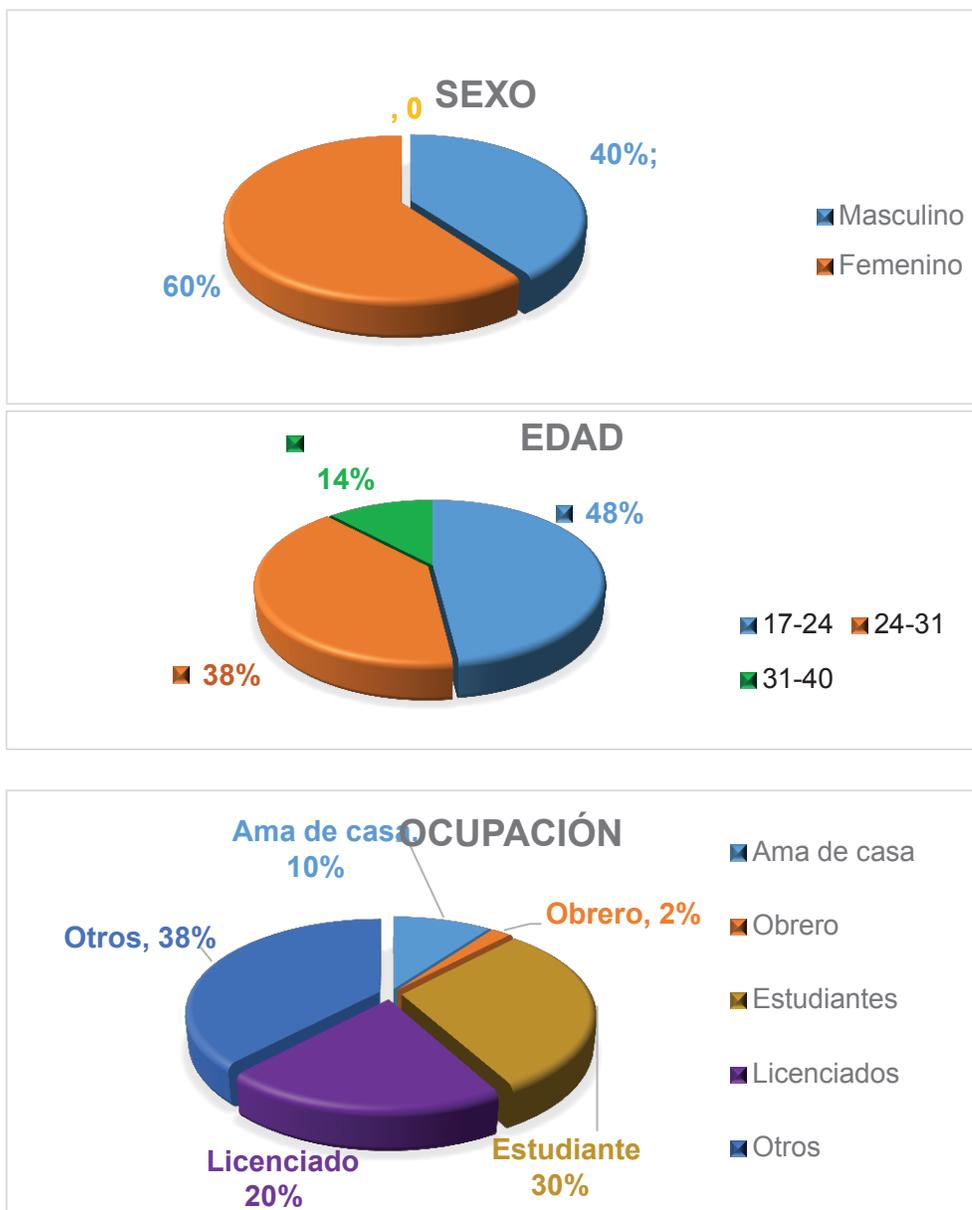
En el transcurso del estudio, primero se realizaron las encuestas a estudiantes de la carrera de diseño gráficos estuvimos en distintas universidades entre ellos UCC, UNI VALLE, UCA, UPOLI, presentándonos en cada sección solamente de tercer año en donde dimos cada boleta de encuestas, cada estudiantes tenían que contestar.

Se verificó que cada boleta estuviese contestada ya concluido fuimos por distintos lugares de Managua en varios sectores aledaños con variedades de personas entre el rango de 17 a 40 años de edad, de sexo masculino y femenino. Además de esto se realizaron entrevistas a profundidad también con personas de distintas áreas profesionales entre ellas: Administración de Empresa con el Lic. Freddy Mendoza, Mercadotecnia con la Lic. Mayra Rodríguez , recursos humanos, al igual manera docente de la escuela de diseño de dicha universidad (UPOLI) entre ellos decana Rina Rodas, Coordinadora de la carrera de diseño gráfico y el maestro Leonard Chavarría, coordinador de la carrera de diseño gráfico. Al concluir dichas encuestas y entrevistas procedimos a las tabulaciones en el programa llamado SPSS, mediante el cual se procesaron los datos estadísticos y se crearon los gráficos resultantes de la investigación. Con los datos obtenidos por el programa se procedió a elaborar un primer borrador, el cual fue revisado varias veces por el tutor.

7. Resultados

a. Presentación y discusión de los Resultados de la Encuesta General

Porcentaje de Encuestados, Datos generales
Gráfico 1-3



(Fuente: Elaboración propia en base a encuesta con personas de la comunidad).

En los resultados de datos generales obtenidos en las encuestas a personas de la comunidad, el 40% de los encuestados son del sexo masculino y un 60% son del sexo femenino, siendo en mayoría el sexo femenino el que predomina; entre los rangos de edad se obtuvo que un 48% de los encuestados se encuentran entre los 17 y 24 años, seguido de las personas entre 25 y 31 años con un 40%.

Como podemos observar sobresalen las personas jóvenes, debido a que en nuestro estudio prevalecían más estudiantes jóvenes que adultos.

Respecto a la profesión-ocupación que ejercen las personas encuestadas se obtuvo un total del 38% que trabajan por cuenta propia, un 30% de los encuestados son estudiantes de diferentes carreras y el 20% personas ya tituladas como Licenciados/as en diferentes profesiones.

A lo largo de la encuesta las personas con mayor disposición para colaborar en la encuesta fueron las mujeres, ellas presentaron más interés en completar la encuesta y brindarnos sus percepciones sobre nuestras interrogantes planteadas

b. ¿Es importante el diseño gráfico?, ¿Qué es diseño gráfico?

Gráfico 4-5



(Fuente: Elaboración propia en base a encuesta con personas de la comunidad).

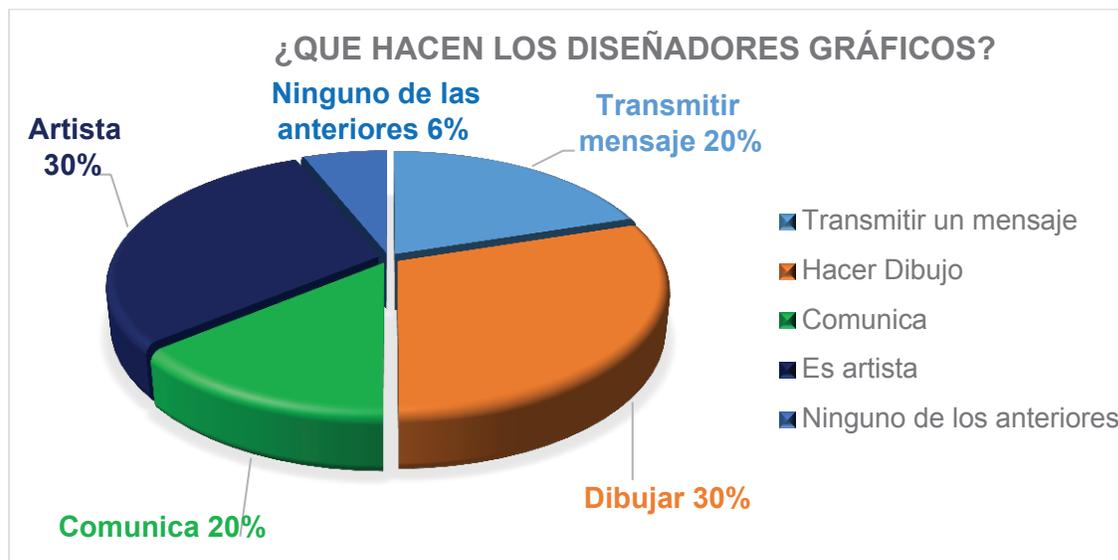
Como podemos observar en la tabla el 100% de los encuestados opina que el diseño gráfico es importante para la sociedad; relacionado con ello un 60% de las personas encuestadas si sabe qué es diseño, quizás por influencias de amigos, familiares o conocedores del tema han puesto en discusión o mencionado el diseño gráfico en sus conversaciones.

Al mismo tiempo es interesante que un 36% de las personas encuestadas cree tener una idea básica de qué es diseño. Esto se debe a que a través de los años en la sociedad persisten ideas erróneas sobre la profesión del diseño gráfico ya que este se confunde con un dibujante, o con otras habilidades y aptitudes que un diseñador requiere para desempeñarse profesionalmente. Sin embargo aunque el diseño gráfico es confundido por muchos o se tenga una idea errónea acerca del diseño se piensa que de alguna manera tiene influencia en la sociedad, ya sea porque parece atractivo o porque posee cierta función de transmitir una idea, o vender un producto.

No todas las personas consultadas son conscientes de la importancia que el diseño gráfico posee ante la sociedad. Por ende no todos comprenden ni valoran la labor que desempeña un diseñador. A raíz de eso en la sociedad aún existe una gran cantidad de empresas, pequeños negocios que no contratan los servicios de un diseñador gráfico para crear la imagen de su negocio y sus productos, pues lo creen innecesario. Vivimos en una sociedad en la que se piensa que un logotipo, un cartel o una página web se crean “solos”, o tal vez presionando un par de teclas del ordenador, que no se necesita una ciencia o lógica alguna que determine cómo hacerlo, pero ciertamente quienes piensan así, no conocen como funciona la mente humana ni el efecto positivo del trabajo realizado por un especialista en la materia puede llegar a ocasionar en las personas y en la sociedad.

c. ¿Qué hacen los diseñadores gráficos?

Gráfico 6



(Fuente: Elaboración propia en base a encuesta con personas de la comunidad).

Ante esta interrogante ¿qué hace un diseñador gráfico? La mayoría de los encuestados respondió lo siguiente. Un 30% de las personas consultadas perciben que el trabajo de los diseñadores gráficos tiene que ver con dibujar. En la misma proporción (30%), de los encuestados señalan que los diseñadores son artistas. Otro 20% de los consultados valora que el trabajo corresponde a transmitir un mensaje, comunicar un mensaje con un 14% y finalmente 6% ninguna de las anteriores.

Como se ve en esta tabla, existe una percepción predominante en la cual el trabajo de los diseñadores gráficos en su mayoría está relacionado con un trabajo artístico y quizás por eso lo relacionan con uno de los aspectos básicos del diseño como la habilidad para elaborar dibujo técnico. Sin embargo la encuesta permite mostrar que en un menor orden la mayoría de las personas consultadas percibe el trabajo de los diseñadores gráficos relacionado con la comunicación visual. Es interesante notar que en menor proporción las personas consultadas manifestaron que la labor desempeñada por los diseñadores gráficos tiene que ver con la elaboración y transmisión de mensajes, así como funciones que tienen que ver con la comunicación en la sociedad.

Tal y como se ha visto la mayoría de las personas consultadas tienen problemas para identificar claramente el perfil profesional de los diseñadores gráficos. En este sentido es importante señalar que es muy probable que esto se deba a que las personas en su mayoría no cuentan con información amplia sobre la carrera del diseñador gráfico. Por otro lado, también es cierto que para muchas personas la profesión del diseño es confundida con el trabajo que realizan los dibujantes, artistas, o profesionales de bellas artes. Lo cual tiene sus orígenes en que son los aspectos más visibles de la profesión, especialmente cuando los diseñadores son estudiantes.

d. Reacción de la sociedad al observar un diseño

Gráfico 7



(Fuente: Elaboración propia en base a encuesta con personas de la comunidad).

Al consultarle a las personas encuestadas que hacen cuando ven una pieza comunicacional gráfica como valla publicitaria, muppies, facias o una volante, la mayoría de las personas manifestaron que al ver un diseño por la calle, lo observan (34%) probablemente porque llamó su atención o simplemente tenía la intención de averiguar de qué se trataba; un 28% de las personas se toma un poco más de tiempo y analiza lo que observa, es decir trata de captar el mensaje que se transmite, y un 26% de las personas simplemente lo lee.

Más que hacer logos o dibujitos, el diseño actual crea comunicación visual, lo cual transforma el entorno común de letras a íconos, dándole poder a lo visual y teniendo a lo literario como complemento de la imagen para así simplificar todo, pero sin perder la esencia en el mundo cotidiano.

Según Carolyn Bloomer, son 9 los principios que afectan la percepción visual de las personas.

- * Memoria: Las imágenes hacen referencia a otras imágenes, las que afectan la percepción de las mismas. Toda imagen es afectada por nuestra memoria, y nuestras ideas acerca de esas imágenes. El pasado afecta al presente. Nuestra memoria afecta como leemos una imagen
- * Proyección: Al ver una imagen proyectamos en ella, significados que van más allá de lo que vemos. Distintos objetos y distintas cosas tienen distinto significado para nosotros. Vamos a proyectar en esas imágenes nuestra carga emocional. A las imágenes y los objetos, les damos más significados del que tienen. En ellos proyectamos ideas.
- * Expectación: Lo que esperamos ver en una imagen afecta lo que realmente vemos. Esto nos lleva a fijarnos en unos detalles e ignorar otros.
- * Acostumbramiento: Creemos que vemos mucho más de lo que realmente vemos. Cuando comprendemos un entorno dejamos de ver un montón de detalles en las cosas. Y bloqueamos mucha información de lo que vemos
- * Salencia: Si un estímulo visual tiene importancia para vos, este captará tu atención. Gracias a este principio reaccionamos más rápido ante imágenes más familiares. Cuando estamos con hambre, tenemos más reacción con cualquier estímulo que tenga relación con la comida. Por eso puedes encontrar a un amigo en mitad de un concierto. El cerebro se centra en las imágenes que tienen importancia para el observador. Estas salen o resaltan entre la gran cantidad de información.
- * Disonancia: Nuestra atención solo puede estar en un punto a la vez. Por eso nos cuesta concentrarnos, si estamos escuchando música muy fuerte. O si estamos en un ambiente lleno de estímulos que demandan nuestra atención. Nos cuesta leer imágenes demasiado complejas. Nuestro cerebro tiene que ir por partes comprendiendo el significado de la misma. La atención solo puede estar en un punto. No cargar con demasiada información. Las distracciones y el ruido pueden afectar como leemos una imagen, estos pueden volverla disonante.
- * Selectividad: La percepción visual es automática e inconsciente, pero nuestro cerebro busca detalles importantes para el sujeto. El cerebro elimina detalles. La acción de mirar no es pasiva, sino activa.
- * Palabras: Las palabras tienen efecto en lo que vemos. Las palabras cambian lo que vemos. Explican o expanden sus posibilidades de significado. Un texto cambia el significado de una imagen. Hace que unas cosas se enfatizen y que otras se vean menos. Incluso, pueden cambiar el sentido de una imagen.
- * Nuestra cultura está en todas partes, es la comunidad emocional que emerge de nuestra cultura cotidiana. La cultura hace que valores unas

cosas y consideres negativas otras cosas. Que comprendas significado o que ignores significados. Lo que hemos aprendido y nos han enseñado afecta la manera en que vemos las imágenes.

Los 9 principios antes mencionados son los que inciden en las decisiones de las personas. Probablemente sea mayoritario el resultado de 38% de las personas que solamente lo observan por uno o más de los principios antes mencionados, así pues es como el diseño actual crea la llamada comunicación visual, la cual transforma el entorno común de letras a íconos, dándole poder a lo visual y teniendo a lo literario como complemento de la imagen para así simplificar todo, pero sin perder la esencia en el mundo cotidiano.

e. Importancia del trabajo de un diseñador gráfico

Gráfico 8



(Fuente: Elaboración propia en base a encuesta con personas de la comunidad).

Relacionando un poco la tabla 8 con la tabla 4 se puede observar que tanto el diseño gráfico como el trabajo que realiza un diseñador gráfico son percibidos como una labor de suma importancia. Esto lo reafirma el resultado de la encuesta realizada. Un 96% de las personas reconocieron la importancia del diseño gráfico, ya que ellas razonan que un diseñador gráfico es la persona que se encarga de la comunicación visual de una empresa, el que logra transmitir un mensaje de manera visual a la sociedad ya sea por motivos de consumo de un producto o servicio o para transmitir un mensaje informativo, educativo o de carácter social para generar un cambio en la forma de actuar de las personas.

Esta profesión es capaz de responder de forma asertiva y positiva a diversos problemas por medio de una acción comunicada visualmente, siempre y cuando sea estructurada con responsabilidad, conocimiento, creatividad,

conciencia e iniciativa, en pro de contribuir a proyectos que mejorarán la realidad de la sociedad.

La importancia del diseño en la sociedad actual radica en su poder de comunicar ideas a través de la imagen, color, forma, tipografía y las técnicas adecuadas que se conocen como teoría del diseño.

Un diseñador gráfico es un agente de cambio, a través de un mensaje visual puede generar un cambio de actitud a través de campañas sociales, o puede generar actividad en compras para el sector comercial. También hay diseñadores que son emprendedores y generadores de empleo, es así, donde el diseño gráfico es tan importante para la sociedad tanto en su desarrollo económico como el de actitud social.

“Lo importante va a ser dependiendo de para qué está trabajando, hablando un poco de la percepción que tiene la gente, el diseñador resuelve problemas de comunicación, sobre todo de índole visual, la importancia radica en que impacto tenga el trabajo que él hace y que reconocimiento tiene ante la sociedad.” (Entrevista con Vice gerente, Mimpresiones)

Lo que nosotros estamos haciendo es posicionándonos ante la sociedad para que reconozcan un diseñador como agente de cambio, que vean que realmente se puede incidir en las decisiones de la sociedad, es muy importante porque es el diseñador el que puede llegar a realizar esos cambios o apoyar áreas que tienen que ver con el desarrollo cultural del país, y desarrollo económico, ayuda en la parte social, solo que tiene que dosificar las tareas que está realizando o para quien está realizando, y trabajar para obras que valgan la pena ante la sociedad.” (Entrevista con Coordinador de la carrera de diseño, UPOLI)

“Nicaragua se ha abierto a los tratados de libre comercio y se ha liberado para crear emprendimiento, y todas estas empresas necesitan de ir de la mano de un diseñador.”(Entrevista con Decana, UPOLI)

f. Remuneración económica de un diseñador gráfico

Gráficos 9-10



(Fuente: Elaboración propia en base a encuesta con personas de la comunidad).

Respondiendo a la pregunta ¿Cuánto cree que gana un diseñador gráfico?, el rango de remuneración monetaria que se cree que tienen los diseñadores gráficos se encuentra entre los C\$7000 a 10,000 con un 48%, siguiendo con un 28% el rango de C\$10000 a 15000. Según la tabla salarial impartida por la MITRAB en la Gaceta oficial el salario básico de un diseñador gráfico sería de C\$6,109.45 mensual. Aunque se trata de una percepción de las personas que fueron encuestadas, y un salario establecido por MITRAB estipulado en la ley 185 del Código del Trabajo y La ley del Salario Mínimo 625, podemos decir que se trata de una percepción alejada de la realidad que vive cada diseñador, pues en verdad pocos encuentran un rango mayor de C\$10,000 de remuneración monetaria por su trabajo debido a que la mayoría de las empresas aunque consideran que es importante para la misma tener un diseñador que se encargue

de la comunicación visual de la empresa tienden a pagar una remuneración básica o simplemente porque se menosprecia el esfuerzo, dedicación y conocimientos que posee el diseñador para realizar su trabajo, lo que incide en la calidad de vida de los diseñadores y de sus familias.

Ante la pregunta ¿cree que las empresas valoran el trabajo de un diseñador gráfico?, los resultados de las encuestas muestran que un 58% de las personas opinan que si se valora su trabajo y un 26% opina que todavía no es adecuadamente remunerado. Un 16% no sabe que responder ante esta interrogante propuesta. Aquí caemos con otra interrogante ¿Porque si el trabajo de un diseñador es tan importante para una empresa, es tan poco remunerado y reconocido? Podemos responder de la siguiente manera, esto viene en dependencia a que con el tiempo la sociedad ha creado una idea errónea de lo que realmente significa ser un diseñador gráfico, como ya antes se mencionó el diseñador es confundido por algunas de sus habilidades, artista, dibujante o como alguien que maneja programas de diseño simplemente y es posible que se deba por la poca información que se recibe acerca del tema.

g. ¿Contratarías a un diseñador gráfico? ¿Cómo te gustan sus trabajos?





(Fuente: Elaboración propia en base a encuesta con personas de la comunidad).

En la referencia a esta pregunta si tuviese su empresa contrataría a un diseñador gráfico, las personas encuestadas expresaron lo siguiente; 96 % considero que si contrataría un diseñador por motivos de dar mejor publicidad o por asuntos de mercadeos de su negocio o servicio. Un 4 % contesto que no lo contrataría.

El Diseñador Gráfico para poder demostrar sus habilidades sus trabajos de diseños, por cual es necesario conceptualizar estas técnicas para dar más claridad a nuestro trabajo investigativo entre las cuales mencionamos:

Informativo: Es aquella que se limitó a dar a conocer un producto nuevo o informar cualquier innovación en algunos de los productos existentes.

Conceptual: Las imágenes conceptuales tienen el valor para los publicitarios que quieren elaborar una campaña con nuevo estilo y un diferente modo de transmitir un mensaje. Es una forma de comunicación que intenta incrementar el consumo de un producto dentro del mercado de consumo.

Subliminal: La publicidad subliminal es aquella que ofrece al consumidor un producto o servicio de una forma tan sutil que la persona no está consciente de lo que observa. No define la conducta del consumidor pero puede influir en ella y aunque esta clase de publicidad es totalmente prohibida esta se utiliza frecuentemente ya que es casi imposible poder determinar cuando la publicidad es lega y cuando es subliminal.

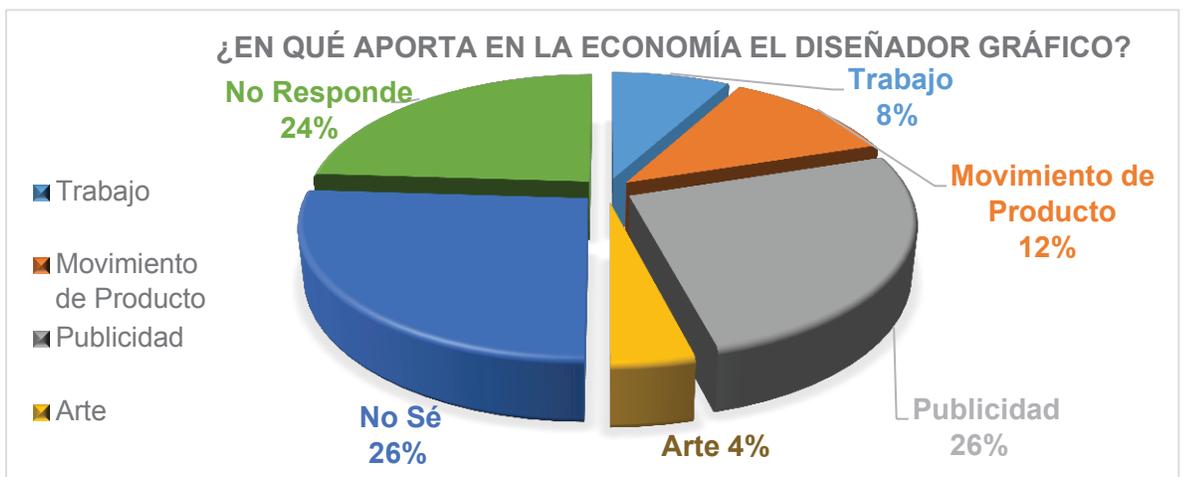
Abstracto: Es separar aisladamente las características de un objeto o un hecho, dejando de prestar atención al mundo sensible para enfocarse en el pensamiento.

En cuanto a ¿cómo le gustan los trabajos? Las personas consideran de la siguiente forma; El 50% considera que le gustan que los diseñadores gráficos les elaboren sus trabajos de forma informativa, un 18% prefieren conceptual, otro 16%

optan por subliminal, 12% abstracto, y una mínima parte de un 4% no sabe cómo le gustaría los trabajos de un diseñador gráfico dentro de su negocio, o empresa.

h. Percepción del diseño y su importancia en la sociedad

Gráficos13-14



(Fuente: Elaboración propia en base a encuesta con personas de la comunidad).

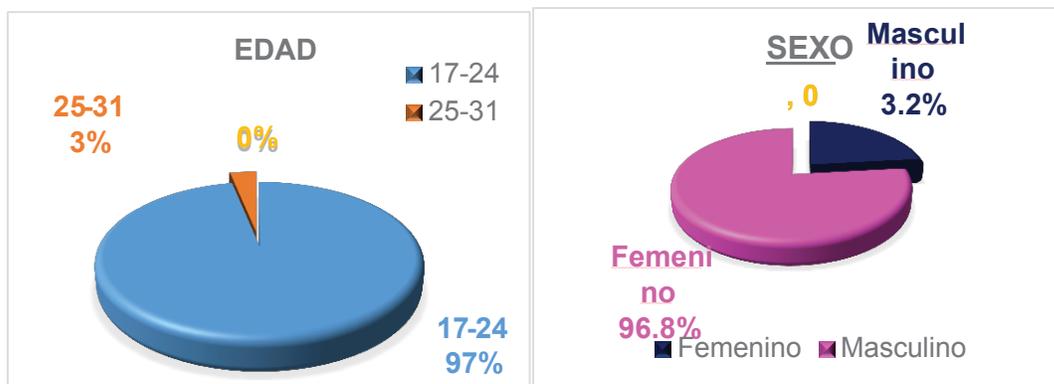
Hablando propiamente de la percepción que tienen las personas del diseño gráfico se puede analizar de la siguiente manera, un 66% de las personas encuestadas observaron un anuncio impreso que capturó su atención. Estos anuncios fueron de carácter comercial, por lo que se puede decir que la reacción o percepción hacia los anuncios generó algún interés o expectativa para adquirir un servicio o producto que se estaba promocionando. Sin embargo para que esto ocurriera influyeron varias características tales como el color utilizado, la simpleza, estética e información utilizada para la realización del anuncio impreso, teniendo en cuenta que la publicidad y los avances de la tecnología hoy en día

mueven al mundo. Quizás sea por esta razón que los diseños de carácter comercial, es decir la publicidad de diferentes empresas son de mayor interés para la sociedad actual dejando con un 24% a diseños de carácter informativo en el contexto comercial.

Como se acaba de mencionar los diseños de mayor relevancia son de carácter comercial, lo que quiere decir que para una empresa que comercializa un producto o servicio y lo promociona de alguna manera, genera una ganancia tanto para la empresa como para el desarrollo mismo del país del mercado al que pertenece. Un 26% de personas encuestadas no saben lo que aporta un diseñador gráfico a la sociedad. Mientras que otro porcentaje igual al anterior (26%) opina que aporta a la publicidad pues es éste quien apoya al personal de mercadeo para posicionar a la empresa en un mercado específico y que la misma obtenga una ganancia, además aporta no solo en el sentido económico, también actúa como una influencia de cambio en el caso de realizar campañas sociales o trabajar para una ONG, donde lo más importante es el bienestar de la sociedad.

i. Encuestas de Diseñadores Gráficos

Rango de edad y sexo de las personas encuestadas Gráficos 1-2



(Fuente: Elaboración propia en base a encuesta con estudiantes de diseño gráfico).

Al realizarse la encuesta a diseñadores también se tomó en cuenta los aspectos generales que también fueron consultados a la población. En estos aspectos, se les consultó sobre la edad y el sexo de las personas a las que se aplicó la muestra, por lo cual detallamos lo siguiente: Con respecto a la edad se encuentra agrupadas en dos grandes rangos, en el cual la mayoría de encuestados son 60 y sus edades oscilan entre 17 a 24 años que representan el 96.8 %, este rango de edad joven es predominante, y 2 encuestados están en el rango de 25 a 31 años de edad que equivale a un 3.2 % del total de población abordada. En cuanto al sexo se encuestaron a 33 mujeres que representan el

53.2% y 29 hombres encuestados que representan el 46.8%, totalizando a 62 encuestados, predominando el sexo femenino en este abordaje.

A través de estos datos podemos observar que en nuestro estudio los estudiantes en edades jóvenes predominan en la población encuestada, y que en su mayoría son mujeres. Por lo cual muestra la iniciativa de las mujeres en preferir estudiar esta carrera y poder optar a una carrera con dinamismo y creatividad, poniéndolo de manifiesto en el desarrollo de la encuesta.

j. ¿En qué universidad estudian?

Gráfico 3



(Fuente: Elaboración propia en base a encuesta con estudiantes de diseño gráfico).

Los estudiantes encuestados tienen procedencia de diferentes universidades de Managua de las cuales detallamos el número de encuestados de cada casa de estudio; en ello sobresalen la misma cantidad de encuestados en dos universidades, UCA, UPOLI, cada una con 18 encuestados lo que equivale a un 29% cada uno, posteriormente se ubican UCC, y UNIVALLE con 13 encuestados cada una que corresponde a 21% del total encuestados. En total de encuestados fueron 62 Estudiantes Universitarios.

k. ¿Qué hace un diseñador gráfico?

Gráfico 4



(Fuente: Elaboración propia en base a encuesta con estudiantes de diseño gráfico).

En cuanto a que hace un diseñador gráfico, los estudiantes respondieron en su mayor parte, o mejor dicho casi su totalidad que son 56 estudiantes que representan el 90.3% consideran que un diseñador gráfico es un comunicador visual y 6 personas (equivalentes a un 9.7%) tienen la percepción de realizar todas las funciones anteriores es decir dibujar, ser artista, comunicador, fotógrafo, ilustrador etc.

Como podemos percibir en las opiniones de los encuestados las tareas de un diseñador gráfico son muy variadas y dependen del trabajo que se esté realizando, pueden ir desde el ámbito de las impresiones hasta los proyectos multimedia, lo que da una idea de todo lo que hace un diseñador gráfico en su vida profesional. En mayor proporción los estudiantes continúan considerándose a sí mismos como comunicadores visuales y en menor proporción de los estudiantes de diseño encuestados aun confunden la identidad profesional de un diseñador gráfico con las habilidades y competencias del diseño.

Las tareas más conocidas de un diseñador gráfico son en el área de impresión al crear diseños de libros, revistas, cubiertas de CD, posters, folletos, diseño de logotipos empresariales, papelería personalizada, catálogos, tarjetas profesionales, bocetos e incluso los diseños impresos que llevan algunas camisas, pero por supuesto esta es solo una pequeña parte de todo lo que pueden hacer.

I. ¿Por qué decidiste estudiar diseño gráfico?

Gráfico 5



(Fuente: Elaboración propia en base a encuesta con estudiantes de diseño gráfico).

Los estudiantes de diseño gráfico decidieron estudiar esta carrera, por diferentes motivos, entre las cuales sobresalen: 41 estudiantes que son el 66.1 % reconocen estudiarla porque les llama la atención, 15 estudiantes el 24%, expresan que les recomendaron la carrera, 5 encuestados que son el 8.1% la eligieron porque les gusta dibujar, y un mínimo de 1 estudiante, el 1.6 % no respondió esta pregunta, se supone que aún no sabe a ciencia cierta porque eligió esta carrera.

Como se puede apreciar en los resultados de las encuestas para ser diseñador no es requisito indispensable saber dibujar. Muchos creen que saber dibujar es obligatorio para esta carrera y no lo es. Dentro de la formación se enseñan técnicas que permiten reforzar este talento y si luego de esto, no se te da completamente bien, lo peor que puede pasar es que no consiga un trabajo como ilustrador. El diseñador gráfico hace muchas cosas y se podrá explorar en la que mejor se desenvuelva como profesional en esta área.

m. ¿Qué limitación tienes como diseñador gráfico?

Gráfico 6



(Fuente: Elaboración propia en base a encuesta con estudiantes de diseño gráfico).

Los estudiantes de la carrera de diseño gráfico encuestado, reconocieron tener determinadas limitaciones en el manejo de algunos programas. Del total de encuestados se encontró que 27 estudiantes equivalente al 43.5% tiene limitaciones en edición multimedia, 22 estudiantes que son el 35.5% presentan problemas con ilustración, 6 estudiantes que equivale al 9.7 % de los encuestados no saben si tienen limitaciones en el manejo de estas herramientas de trabajo, 4 personas no respondieron esta pregunta y 3 personas que representan el 4.8% coincidieron que tienen problemas con diagramación.

n. ¿Qué funciones desempeñas como diseñador gráfico?

Gráfico 7



(Fuente: Elaboración propia en base a encuesta con estudiantes de diseño gráfico).

En cuanto a las funciones que tiene un diseñador gráfico, los estudiantes abordados expresaron lo siguiente: 26 estudiantes con el 41.9% expresaron que todas las anteriores es decir; ilustrador, creativo, fotógrafo, desarrollo web, diseño editorial, publicista etc.; por otro lado 11 estudiantes el 17.7% la función del ilustrador. Así pues 7 encuestados que semeja al 11.3% respondieron que creativo, 6 estudiantes el 9.7% afirmaron diseño editorial, 5 encuestados con el 8.1% desarrollo web, 4 encuestados el 6.5% expresaron función de fotógrafo, 2 que son el 3.2% como publicista y 1 no respondió esta interrogante.

Referente a lo anterior un diseñador siendo capaz de resolver problemas, y plantear una estrategia de adecuada traduciendo sus ideas a lo visual, un diseñador puede desempeñarse en diferentes cargos y especialidades dentro de una empresa, ya sea como Director Creativo, diseñador multimedia, Ilustrador, fotógrafo, incluso trabajar por cuenta propia desempeñándose como free lance.

“Puede trabajar en la televisión, en agencia de publicidad, como free lance, incorporado como talento humano en un periódico, en todos aquellos espacios en los que se necesite diseñar estrategias de comunicación.” (Entrevista con Decana de la Escuela de Diseño, UPOLI)

“En el área de todo lo que es comunicación visual, estamos hablando de imprentas grandes o centros de impresión, agencias de publicidad, agencias de comunicación, estudios de diseño, como

freelance, puede desempeñarse trabajando en una ONG, sector salud, sector gubernamental o trabajar para una PYMES, ahora hay empresas que buscan diseñadores “In house” en vez de contratar una agencia contratan un diseñador y abren el puesto dentro de la empresa, también puede desarrollarse como diseñador web y en el área audiovisual” (Entrevista con Coordinador de la carrera de diseño, UPOLI)

“Todo diseñador tiene la capacidad de desempeñarse en diferentes áreas y cargos, en este caso basado en desempeño, capacidad y habilidades como toda empresa estamos comprometidos en el crecimiento intelectual de nuestros empleados ya que no solo es beneficioso para ellos sino también para nuestra empresa ya que desempeñan mejor su cargo, los mandamos a constantes cursos y seminarios que enriquezcan sus conocimientos por lo que al momento de que llegan a trabajar a una imprenta se capacitan previamente para el manejo de máquinas necesarias, entre otras cosas que ellos deben saber” (Entrevista Vice-gerente diseñadora, Managua).

o. ¿En la práctica profesional cuál crees que es tu mayor limitación?

Gráfico 8

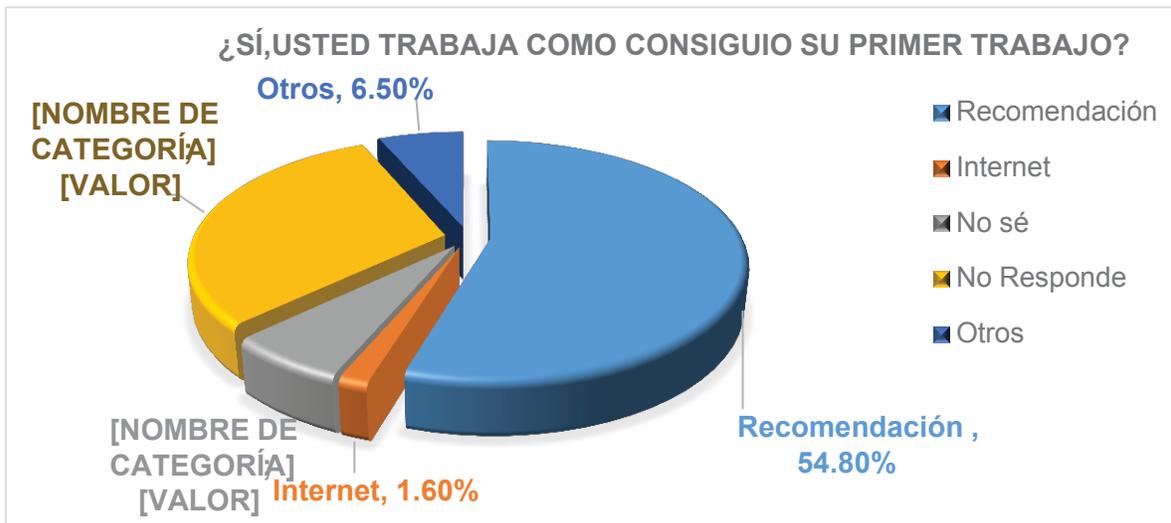


(Fuente: Elaboración propia en base a encuesta con estudiantes de diseño gráfico).

En cuanto a la práctica profesional las mayores deficiencias o limitaciones de los estudiantes están distribuidas de la siguiente manera: Bordados y sublimación 14 que corresponde a un 22.6%, 12 estudiantes en utilización de máquinas con un 19.4%, en ilustración y diseño multimedia coincidieron 7 estudiantes en cada uno y equivale a 11.3% en cada ítems, en trabajo de imprenta tenemos 6 estudiantes con 9.7% y a su vez también 6 estudiantes no respondieron esta interrogante, 4 estudiantes con el 6.5 % tienen problema con el trabajo de pre-prensa, y esa misma cantidad de estudiantes no sabe que limitaciones tiene, y al final encontramos un estudiante en cada ítems con 1.6 % con problemas en editorial y fotografía. De manera específica hemos detallado las limitaciones que enfrentan los estudiantes en la práctica profesional.

p. Si usted trabaja, ¿cómo encontró su primer trabajo?

Gráfico 9



(Fuente: Elaboración propia en base a encuesta con estudiantes de diseño gráfico).

En el abordaje del campo laboral, donde se pregunta si trabaja, y cómo consiguió su primer trabajo. Los estudiantes encuestados respondieron de la siguiente forma: 34 que equivale al 54.8% recomendados, 19 encuestados no respondieron, 4 estudiante con el 8.5% expresaron no saben, y también 4 ubicados en otros, también son el 8.5 % en donde puede describirse por anuncio del periódico, o por anuncios publicitarios vistos en la calle, y 1 estudiante lo consiguió por internet.

Referente a lo laboral muchos profesionales poseen problemas para ejercer la profesión de diseño gráfico por diversos motivos, ya sea por disponibilidad de tiempo o transporte, o diferentes requisitos por parte de las empresas, aunque

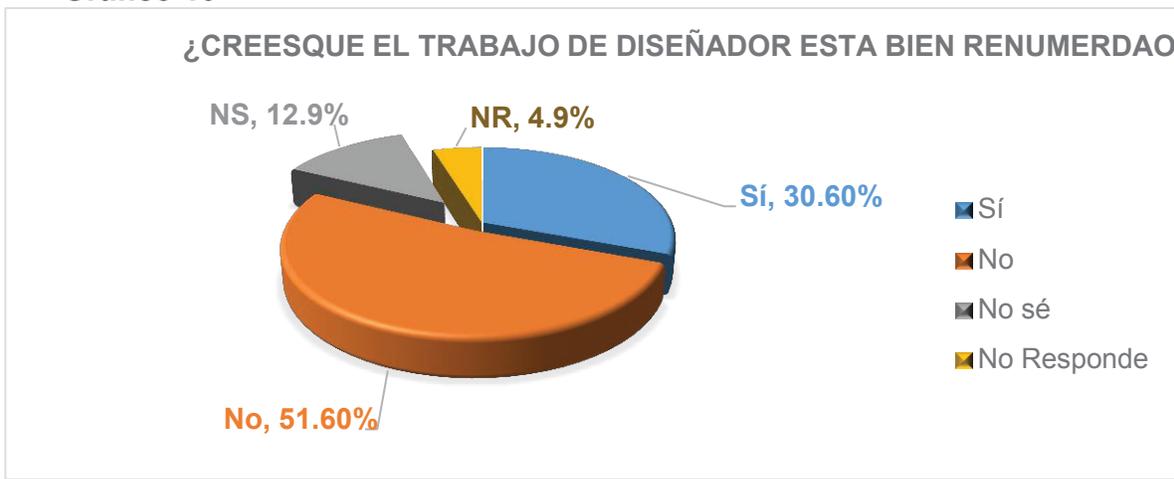
esto no impide que tengan oportunidades de empleos o la posibilidad de adquirir experiencia a través de pasantías.

“Casi a diario solicitan estudiantes para pasantías, utilizan esto para acercar a los jóvenes en el campo profesional, miden sus competencias, y aquellos elementos que hacen integral al ser humano, valores, articulación de trabajo en grupo; como escuela creamos los espacios, divulgamos a través de anuncios y redes sociales, también estrategias de egresados para hacer comunicación entre graduados y empresas.”(Entrevista con Decana de la Escuela de Diseño, UPOLI)

“Las dificultades de los diseñadores o recién egresados para conseguir trabajo, a veces está en ellos mismos, si están estudiando se les complica, o por qué tan largo queda el trabajo, pero en la Escuela siempre solicitan diseñadores, solicitan pasantías entonces depende de la oferta que haga la empresa y de la distancia por parte de la persona interesada y ellos ven si es viable o no, también es cuestión de actitud... Tuvimos un periodo de investigación con empresas, para saber las necesidades que tienen para los puestos de trabajo, de alguna manera no preguntamos por si los estudiantes están trabajando sino en las necesidades que requieren para los puestos de diseño, pero ahí nos dimos cuenta que hay buena aceptación por los estudiantes de UPOLI” (Entrevista con Coordinador de la carrera de diseño, UPOLI)

q. ¿Crees que el trabajo del diseñador está bien remunerado?

Gráfico 10



(Fuente: Elaboración propia en base a encuesta con estudiantes de diseño gráfico).

En cuanto al salario del diseñador, si es bien remunerado o no, los estudiantes encuestados contestaron de forma siguiente: 32 estudiantes que corresponde al 51.6% consideraban que no están bien remunerados en su profesión, 19 que son el 30.6% consideran que si están bien pagados. 8 estudiante con el 12.9 % no saben y 3 no responden esta pregunta.

Como anteriormente se mencionaba, el salario estipulado en el acuerdo MITRAB en base al código del Trabajo y Ley de Salario Mínimo, por parte de las empresas no es bien remunerado el trabajo del diseñador gráfico, esto radica en base a años de experiencia, conocimientos adicionales a la carrera y otros requerimientos de las empresas en el perfil del diseñador.

“Es muy importante que un diseñador gráfico posea no solamente conocimientos propios a su carrera sino también que posea cursos adicionales y que le sean de utilidad al desempeñarse profesionalmente, saber plantear propuestas empresariales, tener iniciativa, ser una persona amena que sepa trabajar en equipo, que pueda influenciar y aportar a la empresa, es decir, que de un valor agregado al área en que se desempeña. Como es una empresa que da oportunidad de crecimiento primeramente se valoran trabajadores internos mediante el ingreso de su currículum, recursos humanos solo toma una terna mediante pruebas y verificaciones igualmente con personal externo.”

Seguido se hace un proceso de inducción que generalmente va desde 1 mes hasta 3 o 6 meses, conocimiento general sobre la empresa y productos o servicios que ofrece.”

(Entrevista con gerente de recursos humanos de la empresa Bancaria, Managua)

r. De acuerdo a lo anterior, ¿para usted cuánto gana un diseñador gráfico?

Gráfico 11

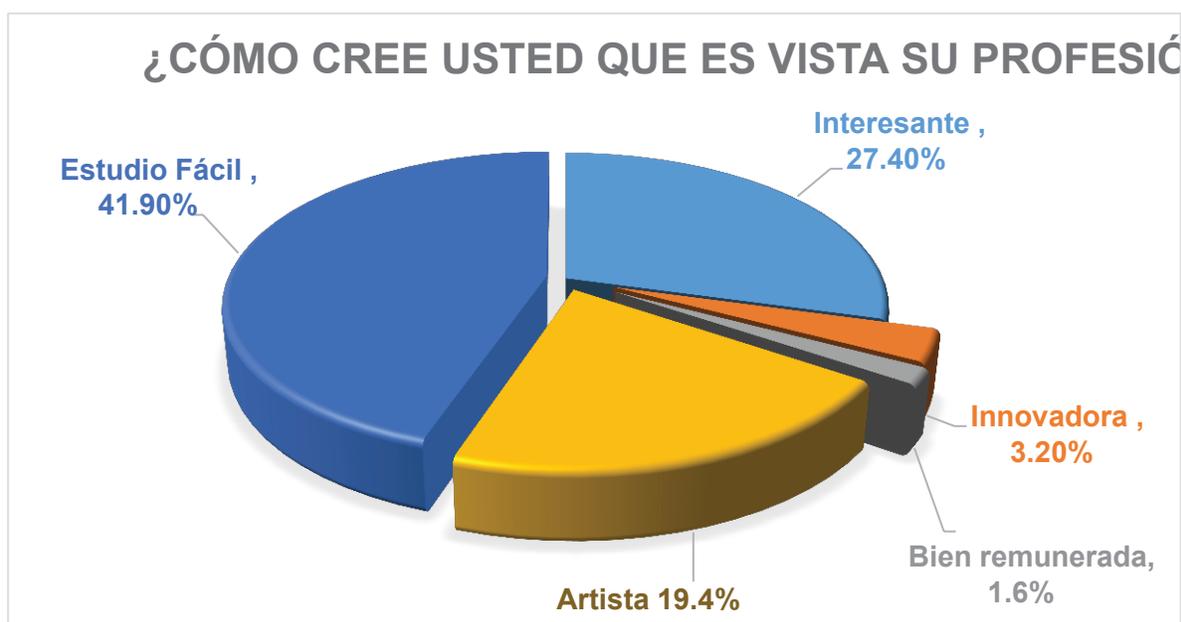


(Fuente: Elaboración propia en base a encuesta con estudiantes de diseño gráfico).

Tomando en cuenta los datos anteriores se les preguntó a los encuestados cuanto deberá ganar un diseñador gráfico a lo que respondieron, 24 estudiante creen que de 7.000 a 12,000; 14 encuestados de 13, 000 a 20, 000, otros 13 estudiantes no saben cuánto podrían ganar como salario, 6 que equivale a un 9.7% refieren que su salario como diseñador gráfico debe ser el básico, y finalmente 3 encuestados no respondieron esta pregunta.

s. ¿Cómo cree usted que es vista su profesión por los demás?

Gráfico 12



(Fuente: Elaboración propia en base a encuesta con estudiantes de diseño gráfico).

En cuanto a la consideración y como los demás ven la carrera de diseño gráfico los estudiantes expresaron lo siguiente; 26 estudiante con un 41.9 % dicen que la gente cree que el diseño gráfico es una carrera fácil. 17 que equivale a 27.4% consideran que la carrera es interesante, 12 con un 19.4% los ven como artistas, otros 6 que es el 9.7 % los ven como una profesión innovadora, y solamente 1 persona que corresponde al 1.6% lo ve como una carrera bien remunerada.

Algunas personas consideran que el diseño gráfico es un trabajo sin presión que es fácil. Todo trabajo ejerce presión y el diseño gráfico no es diferente. Algunas personas lo ven como personas que pasan sus días dibujando o en el ordenador, pero ese no es el caso. Este es un trabajo movido, en el que muchas veces se trabaja contra reloj, en el que se necesita disciplina, creatividad y organización.

Es interesante en el sentido que al crear componentes visuales tan diversos tienes la posibilidad de ejercer la carrera en los diferentes tipos de medios que existen sean impresos o visuales. Cine, televisión, películas, medios digitales (páginas web, redes sociales), editoriales, revistas, periódicos, empresas de

diseño y por supuesto la industria publicitaria son algunas áreas muy atractivas para desarrollar tu potencial.

También se ve como una carrera innovadora porque algo que actualmente se está volviendo muy popular es trabajar de manera independiente o como muchos lo conocen como freelance. Al ser diseñador gráfico puedes trabajar por cuenta propia, buscando tú mismo los clientes y haciéndote un nombre en la industria del diseño de manera particular.

Muchos vinculan a un diseñador gráfico a la pintura, arte o simplemente un operario de maquina en caso de imprentas, o una persona que maneja programas de diseño.

“Es percibido como una profesión muy especial, donde nos dejan expresarnos libremente, ya que es una característica que tiene el diseñador.” (Entrevista con Coordinador de la carrera de diseño, UPOLI)

“Dentro de la universidad los perciben como jóvenes altamente creativos, personas que tienen talentos vinculados con la pintura, la expresión, la comunicación, muchos de otras carreras se cruzan de carrera porque ven ese ambiente en la escuela.” ((Entrevista con Decana de la Escuela de Diseño, UPOLI)

“Tenemos conocimiento de muchachos que trabajan como operarios en las empresas, pero que hay otros que han ido escalando, algunos hasta la parte de ser diseñadores creativos, y otros como creadores de empresas, y formadores de colectivos, para que poco a poco se vaya desapareciendo la idea de imprimeme y te regalo el diseño, no, si esa es la parte medular de todo el proceso.” (Entrevista con Decana; UPOLI)

“Eso va en dependencia del tipo de empresa, siempre van a ver al diseñador como la persona que maneja programas, etc. Lo que buscan es que trabajen bajo presión, que puedan trabajar rápido, y manejen los programas de manera óptima, es decir el reconocimiento como tal, viene siendo por los programas que manejan y habilidades que tengan, que tan acertadas son las propuestas que presentan.” (Entrevista con Coordinador de la carrera de diseño, UPOLI)

Para personas que trabajan afines o en relación con el diseñador gráfico la percepción que reciben del mismo es diferente, ellos opinan que un diseñador gráfico es una pieza fundamental dentro de una empresa, ya que es quien se encarga de la imagen de la empresa y la diferencia de las demás dentro del mercado a través de lo visual.

“Cumpliendo con nuestros objetivos para conocer no solo la percepción no solo de la sociedad sino de las carreras relacionadas con el diseño una docente profesional de Mercadeo afirma que la mercadotecnia está estrechamente vinculada con el diseño y que ambas son complemento una de la otra, ya que el mercadólogo plantea una idea y el diseñador la lleva a la práctica, ambos buscan soluciones para cumplir un determinado objetivo o estrategia. Un diseñador gráfico da apoyo a mercadeo a la producción intelectual y visual, ya que es sumamente importante producto de que se está tratando en un mundo altamente globalizado y competitivo.”
(Entrevista con Mercadóloga Docente, UPOLI Managua)

“Un administrador de empresas relaciona estrechamente el diseño gráfico con su carrera ya que aunque no se trabaje propiamente con el diseñador se apoya en él para tratar de unir esfuerzos por darle una buena imagen a la empresa, por crear buenas promociones, por crear una buena publicidad que ayude al posicionamiento de la empresa y en los consumidores, crear ideas, establecer sensaciones, solucionar problemas, establecer un deseo de los productos, de la empresa en la mentalidad del consumidor ya que la empresa depende de él para transmitir la imagen de la Empresa, productos, servicios y sobre todo la percepción competitiva o el nivel competitivo que la empresa tiene en el mercado.”
(Entrevista con administrador de empresas, Docente UPOLI Managua)

t. ¿Qué habilidades y aptitudes debe tener para estudiar esta carrera?

Gráfico 13



(Fuente: Elaboración propia en base a encuesta con estudiantes de diseño gráfico).

En cuanto a esta pregunta las personas respondieron 37.1 % que corresponde a 23 personas que respondieron que la habilidad de ser creativo es predominante en un diseñador gráfico, 21% (13 personas) consideraron al diseñador como un ser comunicativo, un 11.3% coincidieron en las habilidades de dinámico y diseña (7 personas en cada ítems), de igual manera un 6.5 % opinaron en iniciativa y manejo de programa, coincidiendo en 4 personas en cada opinión, otro 9.8 % (3 personas) afirman la habilidad de proyectar y una mínima parte 1.6 % (una opinión) dijo que muchas habilidades.

La profesión de diseño gráfico ofrece muchas oportunidades, solo se necesita formarse apropiadamente, desarrollar tus habilidades, creatividad e ingenio para destacarte y dejar que tu trabajo hable por ti.

Para ser un diseñador gráfico se necesita tener ciertas habilidades como ser creativo, detallista y organizado, pero se debe saber que la capacidad de diseñar se adquiere y cultiva con la práctica, no es algo innato con lo que naces, por lo que los conocimientos que aprendas son la base que necesitas para desarrollar esa capacidad y convertirte en un verdadero diseñador.

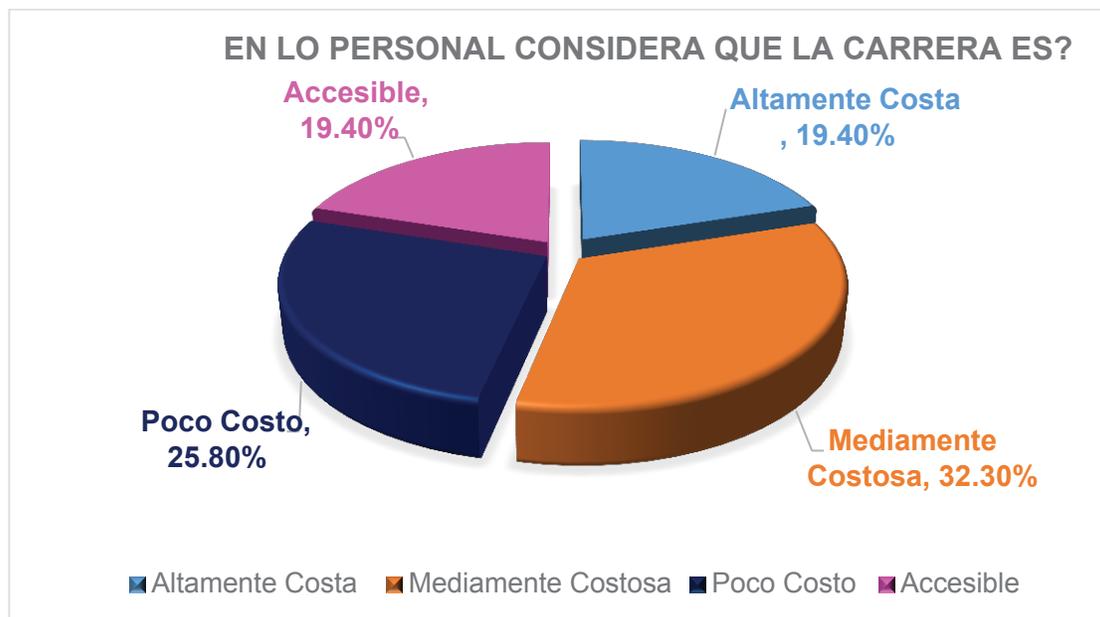
Referente a los conocimientos y habilidades, la principal es tener la capacidad de plantear una estrategia de comunicación y la solución de problemas a través del campo visual. Es decir, aplicar la metodología adecuada para la solución de problemas por medio de la transmisión de mensajes visuales.

“Para preparar a un diseñador gráfico no solo son herramientas técnicas relacionadas en el campo de diseño, sino que el profesional se tiene que capacitar para dar una respuesta a un problema de comunicación, tiene que saber cómo comunicar un mensaje de manera clara, estrategias para llevar el mensaje de manera correcta, tiene que saber investigar y analizar la realidad para después plantearlo en una estrategia adecuada y traducir las ideas a lo visual.”(Entrevista con Decana UPOLI)

“Los diseñadores en su formación llevan un porcentaje bien marcado en los conocimientos técnicos, pero sobre todo algo muy importante que debe tener un diseñador para poder cumplir las tareas, resolver problemas es el conocimiento de lo que es diseño, debe estar formado en diseño, como se detecta un problema, cómo se formula y se usan las metodologías distintas de diseño para la resolución de problemas, es decir la parte metodológica.” (Entrevista con Coordinador de la carrera de diseño, UPOLI)

u. ¿En lo personal, consideras que la carrera es?

Gráfico 14

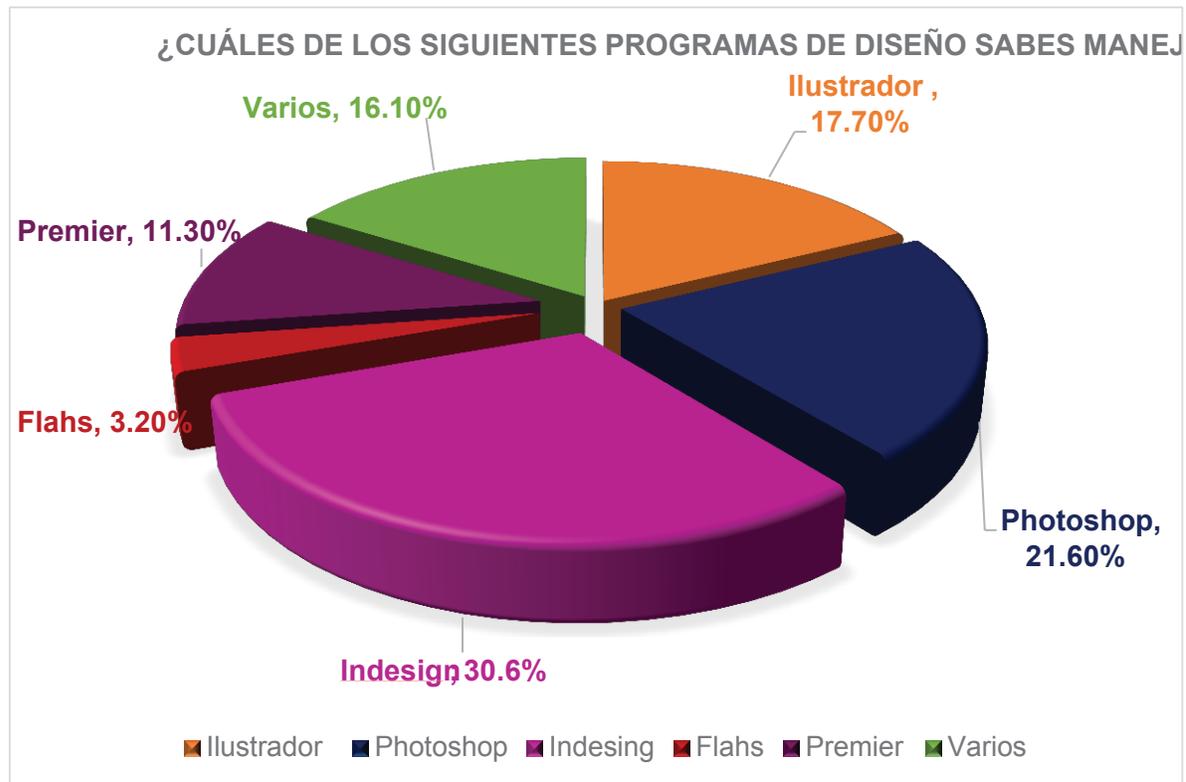


(Fuente: Elaboración propia en base a encuesta con estudiantes de diseño gráfico).

En este interrogante la población encuestada argumentó de la siguiente manera, para un 32.3 % (20 personas) la carrera es muy costosa, otro 25.8 % (16) perciben la carrera como costosa, y de manera equitativa un 19.4 % (12 consultados), opinan unos que es altamente costosa y otros en este mismo porcentaje consideran accesible, lo que podría explicarse esta discrepancia en cuanto a la percepción de la inversión de la carrera. Y una mínima parte de los encuestados 3.2 % que representan a 2 personas consideraron que la carrera de diseño gráfico es poco costos.

v. ¿Cuál de los siguientes programas de diseño sabes manejar muy bien?

Gráfico 15



(Fuente: Elaboración propia en base a encuesta con estudiantes de diseño gráfico).

En esta pregunta referida en esta tabla, los estudiantes de diseño gráfico abordados detallaron de la siguiente manera los programas que debe manejar como profesional en esta rama son: 30.6 % (19 encuestados) manejan más Indesign , 21.6 % (13 opiniones) afirman que Photoshop, 17.7 5 (11 personas) consideran que el Ilustrador, 16.1% (10 personas) manejan varios programas, otro 11.3 % (7 opiniones) prefieren el programa Adobe Premier, y una mínima parte un 3.2 % (2 personas) afirman que el programa Flash.

8. Conclusiones

El presente estudio ha cumplido con sus objetivos al comprender el valor del diseño gráfico en la sociedad de Nicaragua desde la percepción de la población y profesionales que tienen vínculos con la carrera de diseño gráfico.

Nuestra investigación encontró en el caso de las personas encuestadas que un 100% de ellos valora el diseño gráfico como una profesión importante para la sociedad. Esto lo consideramos positivo, puesto que existe una mayor toma de conciencia ante el aporte que puede dar el diseño al desarrollo del país.

Sin embargo la encuesta permite mostrar que en un menor orden la mayoría de las personas consultadas percibe el trabajo de los diseñadores gráficos relacionado con la comunicación visual. Es interesante notar que en menor proporción las personas consultadas manifestaron que la labor desempeñada por los diseñadores gráficos tiene que ver con la elaboración y transmisión de mensajes, así como funciones que tienen que ver con la comunicación en la sociedad.

Al consultarle a las personas encuestadas que hacen cuando ven una pieza comunicacional gráfica como valla publicitaria, muppies, facias o una volante, la mayoría de las personas manifestaron que al ver un diseño por la calle, lo observan (34%) probablemente porque llamó su atención o simplemente tenía la intención de averiguar de qué se trataba; un 28% de las personas se toma un poco más de tiempo y analiza lo que observa, es decir trata de captar el mensaje que se transmite, y un 26% de las personas simplemente lo lee. Con ello encontramos que los mensajes elaborados por los diseñadores son vistos, analizados y obtienen respuestas por parte de la población.

En cuanto a las percepciones sociales de la población, este estudio encontró que la mayoría de la población considera que los salarios que reciben los diseñadores deberían ser dignos y estar acordes a su preparación. Eso incluye el reconocimiento de que deben ser salarios por encima del salario mínimo establecido por el MITRAB.

Hablando propiamente de la percepción que tienen las personas del diseño gráfico se puede analizar de la siguiente manera, un 66% de las personas encuestadas observaron un anuncio impreso que capturó su atención. Estos anuncios fueron de carácter comercial, por lo que se puede decir que la reacción o percepción hacia los anuncios generó algún interés o expectativa para adquirir un servicio o producto que se estaba promocionando. Un 26% de personas

encuestadas no saben lo que aporta un diseñador gráfico a la sociedad. Mientras que otro porcentaje igual al anterior (26%) opina que aporta a la publicidad pues es éste quien apoya al personal de mercadeo para posicionar a la empresa en un mercado específico y que la misma obtenga una ganancia, además aporta no solo en el sentido económico, también actúa como una influencia de cambio en el caso de realizar campañas sociales o trabajar para una ONG, donde lo más importante es el bienestar de la sociedad.

En relación con los principales hallazgos de esta investigación con respecto a los estudiantes de la carrera de diseño gráfico, esta investigación encontró que el 90.3% de los estudiantes consultados tienen claridad en cuanto al perfil profesional del diseñador gráfico, ya que ellos lo identifican como un comunicador visual y 6 personas (equivalentes a un 9.7%) tienen la percepción de realizar todas las funciones anteriores es decir dibujar, ser artista, comunicador, fotógrafo, ilustrador etc.

En mayor proporción los estudiantes continúan considerándose a sí mismos como comunicadores visuales y en menor proporción de los estudiantes de diseño encuestados aun confunden la identidad profesional de un diseñador gráfico con las habilidades y competencias del diseño.

Los estudiantes de diseño gráfico decidieron estudiar esta carrera, por diferentes motivos, entre las cuales sobresalen: 41 estudiantes que son el 66.1 % reconocen estudiarla porque les llama la atención, 15 estudiantes el 24%, expresan que les recomendaron la carrera, 5 encuestados que son el 8.1% la eligieron porque les gusta dibujar, y un mínimo de 1 estudiante, el 1.6 % no respondió esta pregunta, y se considera que esto se debe que aún no saben a ciencia cierta porque eligieron esta carrera.

Los estudiantes de la carrera de diseño gráfico encuestado, reconocieron tener determinadas limitaciones en el manejo de algunos programas. Del total de encuestados se encontró que 27 estudiantes equivalente al 43.5% tiene limitaciones en edición multimedia, 22 estudiantes que son el 35.5% presentan problemas con ilustración, 6 estudiantes que equivale al 9.7 % de los encuestados no saben si tienen limitaciones en el manejo de estas herramientas de trabajo, 4 personas no respondieron esta pregunta y 3 personas que representan el 4.8% coincidieron que tienen problemas con diagramación.

En cuanto a las funciones que tiene un diseñador gráfico, los estudiantes abordados expresaron lo siguiente: 26 estudiantes con el 41.9% expresaron que todas las anteriores es decir; ilustrador, creativo, fotógrafo, desarrollo web, diseño editorial, publicista etc.; por otro lado 11 estudiantes el 17.7% la función del ilustrador. Así pues 7 encuestados que semeja al 11.3% respondieron que

creativo, 6 estudiantes el 9.7% afirmaron diseño editorial, 5 encuestados con el 8.1% desarrollo web, 4 encuestados el 6.5% expresaron función de fotógrafo, 2 que son el 3.2 % como publicista y 1 no respondió esta interrogante.

En cuanto a la práctica profesional las mayores deficiencias o limitaciones de los estudiantes están distribuidas de la siguiente manera: Bordados y sublimación 14 que corresponde a un 22.6%, 12 estudiantes en utilización de máquinas con un 19.4%, en ilustración y diseño multimedia coincidieron 7 estudiantes en cada uno y equivale a 11.3% en cada ítems, en trabajo de imprenta tenemos 6 estudiantes con 9.7% y a su vez también 6 estudiantes no respondieron esta interrogante, 4 estudiantes con el 6.5 % tienen problema con el trabajo de pre-prensa, y esa misma cantidad de estudiantes no sabe que limitaciones tiene, y al final encontramos un estudiante en cada ítems con 1.6 % con problemas en editorial y fotografía.

En el abordaje del campo laboral, donde se pregunta si trabaja, y cómo consiguió su primer trabajo. Los estudiantes encuestados respondieron de la siguiente forma: 34 que equivale al 54.8% recomendados, 19 encuestados no respondieron, 4 estudiante con el 8.5% expresaron no saben, y también 4 ubicados en otros, también son el 8.5 % en donde puede describirse por anuncio del periódico, o por anuncios publicitarios vistos en la calle, y 1 estudiante lo consiguió por internet.

En cuanto al salario del diseñador, si es bien remunerado o no, los estudiantes encuestados contestaron de forma siguiente: 32 estudiantes que corresponde al 51.6% consideraban que no están bien remunerados en su profesión, 19 que son el 30.6% consideran que si están bien pagados. 8 estudiante con el 12.9 % no saben y 3 no responden esta pregunta. Tomando en cuenta los datos anteriores se les preguntó a los encuestados cuanto deberá ganar un diseñador gráfico a lo que respondieron, 24 estudiante creen que de 7.000 a 12,000; 14 encuestados de 13, 000 a 20, 000, otros 13 estudiantes no saben cuánto podrían ganar como salario, 6 que equivale a un 9.7% refieren que su salario como diseñador gráfico debe ser el básico, y finalmente 3 encuestados no respondieron esta pregunta.

En cuanto relación con la pregunta de que como es percibido por la sociedad el trabajo que los estudiantes realizan como diseñadores gráficos, las personas consultadas expresaron lo siguiente; 26 estudiante con un 41.9 % dicen que la gente cree que el diseño gráfico es una carrera fácil. 17 que equivale a 27.4% consideran que la carrera es interesante, 12 con un 19.4% los ven como artistas, otros 6 que es el 9.7 % los ven como una profesión innovadora, y

solamente 1 persona que corresponde al 1.6% lo ve como una carrera bien remunerada.

Los estudiantes al mismo tiempo valoran que estudiar la carrera de diseño gráfico implica para ellos y sus familias una mediana y alta inversión para asumir sus costos. Un 32.3 % de los encuestados considera que la carrera es muy costosa, otro 25.8 % (16) perciben la carrera como costosa, y de manera equitativa un 19.4 % (12 consultados), opinan unos que es altamente costosa y otros en este mismo porcentaje consideran accesible, lo que podría explicarse esta discrepancia en cuanto a la percepción de la inversión de la carrera. Y una mínima parte de los encuestados 3.2 % que representan a 2 personas consideraron que la carrera de diseño gráfico es poco costos.

En cuanto al manejo y dominio de los programas de diseño, los estudiantes lo detallaron de la siguiente manera. Un 30.6 % (19 encuestados) manejan más Indesign, 21.6 % (13 opiniones) afirman que Photoshop, 17.7 5 (11 personas) consideran que el Ilustrador, 16.1% (10 personas) manejan varios programas, otro 11.3 % (7 opiniones) prefieren el programa Adobe Premier, y una mínima parte un 3.2 % (2 personas) afirman que el programa Flash.

El estudio concluye que si bien hay avances positivos en el país que nos permiten señalar, sin lugar a dudas, una percepción favorable de la profesión del diseño gráfico, al mismo tiempo muestra los problemas que como país y sociedad necesitamos abordar a fin de continuar mejorando la calidad de la educación para la formación de los diseñadores gráficos. Esto incluye la preocupación por parte de las autoridades del país, las empresas, la academia y el gremio de diseñadores a fin de que se reconozcan sus aportes al desarrollo y se reconozcan y mejoren sus condiciones de trabajo y oportunidades para la educación continua y formación postgraduada.

9. Recomendaciones

Al Estado de Nicaragua

Para que incluya en el Plan Nacional de Desarrollo, la importancia de carreras que pueden contribuir al desarrollo del país como el diseño gráfico. De igual manera, que se realicen mayores inversiones en las universidades públicas que reciben presupuesto del tesoro nacional mediante el 6% constitucional a fin de que se inviertan en laboratorios, equipamiento y materiales, tecnología de última generación, así como mayores oportunidades de beca en pregrado y posgrado para los diseñadores gráficos.

El Estado de Nicaragua y particularmente la Asamblea Nacional, debería aprobar la “Ley del Primer Empleo” con lo cual se abrirían nuevas oportunidades laborales, especialmente para los recién egresados de la carrera de diseño gráfico.

A las empresas del país

A fin de que realicen procesos de ampliación de oportunidades laborales y de formación para estudiantes de las carreras de diseño gráfico. Esto incluye, el establecimiento de convenios con las universidades que ofrecen la carrera de diseño gráfico a fin de crear espacios para pasantías, puestos de trabajo así como financiamiento de investigaciones y programas de innovación en diseño.

A las universidades del país que ofrecen la carrera de diseño gráfico

Que continúen fortaleciendo y mejorando el currículo y los procesos de enseñanza-aprendizaje del diseño gráfico a fin de que los estudiantes reciban una educación de calidad.

Que realicen inversiones para ofrecer y ampliar las oportunidades para que los estudiantes pongan en práctica lo aprendido en las aulas, por medio del uso de laboratorios.

Que establezcan e incrementen el número de convenios con las empresas e instituciones del país a fin de crear espacios para pasantías, investigación e innovación con estudiantes de la carrera de diseño gráfico.

Fortalecer los programas de educación continua y formación postgraduada a fin de mantener actualizados a los egresados de la carrera de diseño gráfico, especialmente en el uso de las Nuevas Tecnologías de la Comunicación y la Información.

A profesionales y estudiantes del Diseño Gráfico

Que trabajen en la formación y fortalecimiento del gremio de los diseñadores gráficos por medio de la asociatividad y la colegiación, con el fin de que se regule la profesión y se luche a fin de lograr mayores oportunidades de empleo, remuneración salarial y formación.

Que se realice un estudio nacional sobre las condiciones de vida, empleabilidad y necesidades de formación de los diseñadores gráficos.

Bibliografía y Webgrafía

- ([http://www.marx2mao.com/M2M\(SP\)/Stalin\(SP\)/DHM38s.html](http://www.marx2mao.com/M2M(SP)/Stalin(SP)/DHM38s.html)). (s.f.).
- Alport, 1. (s.f.). (<http://www.ub.edu/pa1/node/gestalt#Top>) .
- Arroyo, R. G. (s.f.).
(<http://www.isdfundacion.org/publicaciones/revista/numeros/7/secciones/abierta/>, 2016). Obtenido de Disciplina, Diseño como ciencia y.
- Bauhaus, E. d. (s.f.). <http://www.aparte.cl/styling.html> .
- Bauhaus, E. d. (s.f.). https://es.wikipedia.org/wiki/Escuela_de_la_Bauhaus.
- conductismo, W. y. (s.f.). <http://psicologia.laguia2000.com/psicologia-cognitiva/watson-y-el-conductismo#ixzz4IEP3Olug> . Obtenido de La guía de psicología.
- Dialéctico, M. (s.f.).
([http://www.marx2mao.com/M2M\(SP\)/Stalin\(SP\)/DHM38s.html](http://www.marx2mao.com/M2M(SP)/Stalin(SP)/DHM38s.html)).
- Grupos, P. d. (s.f.). (<https://es.scribd.com/doc/51597206/PSICOLOGIA-DE-LOS-GRUPOS>).
- grupos, P. d. (s.f.). (<https://es.scribd.com/doc/51597206/PSICOLOGIA-DE-LOS-GRUPOS>) .
<http://www.isdfundacion.org/publicaciones/revista/numeros/7/secciones/abierta/>.
(22 de octubre de 2016). Obtenido de
<http://www.isdfundacion.org/publicaciones/revista/numeros/7/secciones/abierta/>
- la Bauhaus, s. d. (s.f.). (<http://www.cultier.es/bauhaus-la-primera-escuela-de-diseno-del-siglo-xx/>) .
- Percepción. (s.f.).
http://www.uvirtual.edu.co/docudiseo/Dise%C3%B1o%20Grafico/M-P/percepcion_dise%C3%B1o.pdf .
- Revista Orur. (2004). *Percepción*. Obtenido de Revista Orur:
<http://www.orur.com.ar/>
- Sampieri, R. H. (2006). *Metodología de la Investigación*.
Universidad de Palermo. (2007). Obtenido de
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/A070.pdf

11. Anexos

Encuestas realizadas en Universidades:

UCC, UNIVALLE, UCA, UPOLI
ESTUDIANTE DE 3 AÑO

Encuesta del Impacto social de la profesión del Diseño Gráfico en Nicaragua

Encuesta a diseñadores No.

Datos del encuestado

Rango de edad Sexo Universidad

a) 17-24 b) 25-31 c) 31-40 a) Femenino a) Masculino _____

1. ¿Qué hace un diseñador gráfico?

b) Hacer dibujos

c) Comunicador visual

d) Es artista

e) Ninguna de las anteriores

F) Opinión _____

2. ¿Porqué decidiste estudiar diseño gráfico?

a) Me llama la atención

b) Sé dibujar

c) Me recomendaron la carrera

d) Opinión _____

3. ¿Qué habilidades y aptitudes debes de tener para estudiar esta carrera?

a) Comunicativo d) Iniciativa

b) Creativo e) Todas las anteriores

c) Dinámico

4. ¿Qué limitación tienes como diseñador gráfico?

a) Edición multimedia

b) Diagramación

c) Ilustración

d) Opinión _____

5. ¿Qué funciones tiene un diseñador gráfico?

a) Ilustrador e) Diseño editorial

b) Creativo f) Publicista

c) Fotógrafo g) Todas las anteriores

d) Desarrollo de web h) Opinión _____

6) En lo personal, ¿consideras que la carrera es cara?

a) Si b) No c) Económica

7) ¿Qué dificultades presentas al utilizar los programas de Diseño

a) Adobe Illustrator e) Adobe Dreamweaver

b) Adobe Photoshop f) Adobe Media encoder

c) Adobe Indesign g) Adobe Bridge

d) Adobe Flash h) Todos los programas

8) En la práctica profesional ¿Cuáles crees que es tú mayor limitación?

a) Trabajo de imprenta

b) Trabajo de preprensa

c) Utilización de máquinas

d) Bordados y Sublimación

e) Opinión _____

9) Si usted trabaja, ¿Cómo encontró su primer trabajo

a) Conecte c) Periódico

b) Internet d) Otros _____

10) ¿Cree usted que el trabajo del diseño gráfico esta bien remunerado?

a) Si

b) No

c) Porque _____

11) De acuerdo a lo anterior para usted ¿cuánto gana un diseñador gráfico?

a) _____

b) _____

c) _____

12) ¿Cómo cree usted que es vista su profesión por los demás?

a) Interesante

b) Innovadora

c) Bien Remunerada

d) Artista

e) Estudio Fácil

F) Otros _____

Encuesta realizada a público general.

| Encuesta del Impacto social de la profesión del Diseño Gráfico en Nicaragua | | Encuesta General No. <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> |
|---|--|--|
| <p>Datos del encuestado</p> | | |
| <p>Rango de edad</p> <p>a) 17-24 <input type="checkbox"/> b) 25-31 <input type="checkbox"/> c) 31-40 <input type="checkbox"/></p> | <p>Sexo</p> <p>a) Femenino <input type="checkbox"/> a) Masculino <input type="checkbox"/></p> | <p>Ocupación</p> <p>_____</p> <p>_____</p> |
| <p>1. ¿Sabe usted que es diseño gráfico?</p> <p>a) Si <input type="checkbox"/> b) No <input type="checkbox"/> c) Más o menos <input type="checkbox"/></p> | | |
| <p>2. ¿Para usted? que hace un Diseñador Gráfico</p> <p>a) Transmitir un mensaje <input type="checkbox"/></p> <p>b) Hacer dibujos <input type="checkbox"/></p> <p>c) Comunica <input type="checkbox"/></p> <p>d) Es artista <input type="checkbox"/></p> <p>e) Ninguna de las anteriores <input type="checkbox"/></p> <p>F) Opinión _____</p> | | |
| <p>3. ¿Qué hace cuando ve un diseño por la calle?</p> <p>a) Lo observa <input type="checkbox"/> d) Lo ignora <input type="checkbox"/></p> <p>b) Lo analiza <input type="checkbox"/> e) Lo critica <input type="checkbox"/></p> <p>c) Lo lee <input type="checkbox"/> f) Ninguna de las anteriores <input type="checkbox"/></p> | | |
| <p>4. ¿Piensa usted que es Diseño Gráfico es importante para el desarrollo de la sociedad?</p> <p>a) Si <input type="checkbox"/> b) No <input type="checkbox"/> c) Porque _____</p> <p>_____</p> | | |
| <p>5. ¿Para usted es importante el trabajo que realiza un diseñador gráfico?</p> <p>a) Si <input type="checkbox"/> b) No <input type="checkbox"/> c) No me importa <input type="checkbox"/></p> | | |
| <p>6) ¿Cuánto cree usted que gana un diseñador gráfico?</p> <p>a) Salario Básico <input style="width: 50px;" type="text"/></p> <p>b) C\$ 7000- C\$ 10,000 <input type="checkbox"/></p> <p>c) C\$ 10.000- C\$ 15,000 <input type="checkbox"/></p> <p>d) C\$ 15,000- C\$ 120, 000 <input type="checkbox"/></p> <p>e) Menos del salario básico <input style="width: 50px;" type="text"/></p> <p>f) Ninguna de las anteriores <input style="width: 50px;" type="text"/></p> | | |
| <p>7) ¿Cree que las empresas valoran el trabajo de un diseñador Gráfico</p> <p>a) Si <input type="checkbox"/> b) No <input type="checkbox"/></p> | | |
| <p>8) ;Si usted tuviera una empresa cuánto valoraría su trabajo</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> | | |
| <p>9) Cómo le gusta los trabajos de un diseñador gráfico</p> <p>a) Abstracto <input type="checkbox"/></p> <p>b) Subliminal <input type="checkbox"/></p> <p>c) Conceptual <input type="checkbox"/></p> <p>d) Informativa <input type="checkbox"/></p> | | |
| <p>10) ¿Qué publicidades le ha gustado más sobre los anuncios de vallas</p> <p>a) Movistar <input type="checkbox"/></p> <p>b) Cine max <input type="checkbox"/></p> <p>c) Claro <input type="checkbox"/></p> <p>d) Partidos políticos <input type="checkbox"/></p> | | |
| <p>11) ¿Cual cree usted que es la herramienta pthosop por quien es utilizada?</p> <p>a) Diseñadores <input type="checkbox"/></p> <p>b) Estudiantes <input type="checkbox"/></p> <p>c) Maquetadores <input type="checkbox"/></p> <p>d) Maquetadores <input type="checkbox"/></p> <p>e) Fotógrafos <input type="checkbox"/></p> <p>e) Todas las anteriores <input type="checkbox"/></p> | | |

Listado de personas entrevistadas

Lic. Freddy Mendoza. Administrador de empresa
MSC. Leonard Chavarría. Coordinador de la carrera Diseño Gráfico.
Lic. Mayra Rodríguez. Mercadotecnia
MSC. Rina Roda. Decana
Recursos Humanos.

Guía de entrevistas a profundidad

Entrevista No: 1

Datos del Entrevistado

Nombre y Apellido: _____
Ocupación: _____
Nombre de la Empresa: _____
Cargo: _____

Preguntas

- 1- ¿De qué se encarga un administrador? ¿Cuál es su principal función y como la lleva a cabo?
- 2- ¿Qué relación tiene la administración con el diseño gráfico?
- 3- ¿Qué busca un administrador en un D.G y de qué manera valora su desempeño?
- 4- ¿Cuál es la forma más idónea en la que trabajarías con un D.G?
- 5- ¿Por qué es importante un D.G en relación al trabajo en conjunto con un administrador?
- 6- ¿Qué funciones realiza un D.G que trabaja en relación con Marketing y Administración?
- 7- ¿Cuál es el apoyo que recibe el Administrador por un D.G?
- 8- ¿Cuál es tu percepción acerca del Diseño Gráfico?
- 9- Como administrador, ¿Cuál es la importancia de un D.G para una empresa?
- 10- Desde tu punto de vista, ¿Crees que el trabajo de un D.G es bien remunerado por las empresas?
- 11- ¿Qué tan importante crees que sea el Diseñador gráfico en Nicaragua?

Entrevista No: 2

Datos del Entrevistado

Nombre y Apellido: _____

Ocupación: _____

Nombre de la Empresa: _____

Cargo: _____

Preguntas

1. ¿Qué preparación (conocimientos y competencias) reciben los D.G para desempeñarse profesionalmente?
2. ¿En qué áreas puede desempeñarse un egresado de D.G?
3. ¿Se puede desempeñar como Creativo? ¿Qué necesitaría para ello?
4. ¿Cuáles son las dificultades que tienen los egresados para conseguir trabajo? La E.D les ayuda o recomienda en alguna empresa?
5. ¿Han hecho algún estudio acerca de la inserción laboral de los egresados de la carrera de D.G?
6. ¿De qué forma se vincula o relaciona la fotografía con el D.G?
7. ¿Cuál sería una buena percepción de una fotografía? ¿Qué se puede transmitir a través de la misma?
8. ¿Cuál es la ventaja de tener conocimientos fotográficos?
9. ¿Es mejor utilizar recursos de internet o utilizar recursos fotográficos propios en los diseños? ¿Cuál tiene un mayor impacto a la percepción de la sociedad?
10. ¿De qué manera cree que es percibido el Diseño gráfico por parte de otras carreras de la Universidad?
11. ¿Cuál cree que es el impacto visual que se tiene del diseño gráfico en la sociedad? ¿de qué manera es percibido el diseño?
12. ¿Qué reconocimiento cree usted que tiene un D.G en una empresa?
13. ¿Por qué es importante un D.G para una empresa?
14. ¿Qué tan importante crees que sea el Diseño y el trabajo de un diseñador gráfico en Nicaragua?

Entrevista No: 3

Datos del Entrevistado

Nombre y Apellido: _____

Ocupación: _____

Nombre de la Empresa: _____

Cargo: _____

Preguntas

1. ¿Qué preparación (conocimientos y competencias) reciben los D.G para desempeñarse profesionalmente?
2. ¿En qué áreas puede desempeñarse un egresado de D.G?
3. ¿Se puede desempeñar como Creativo? ¿Qué necesitaría para ello?
4. ¿Cuáles son las dificultades que tienen los egresados para conseguir trabajo? La E.D les ayuda o recomienda en alguna empresa?.
5. ¿Han hecho algún estudio acerca de la inserción laboral de los egresados de la carrera de D.G?
6. ¿De qué forma se vincula o relaciona la fotografía con el D.G?
7. ¿Cuál sería una buena percepción de una fotografía? ¿Qué se puede transmitir a través de la misma?
8. ¿Cuál es la ventaja de tener conocimientos fotográficos?
9. ¿Es mejor utilizar recursos de internet o utilizar recursos fotográficos propios en los diseños? ¿Cuál tiene un mayor impacto a la percepción de la sociedad?
10. ¿De qué manera cree que es percibido el Diseño gráfico por parte de otras carreras de la Universidad?
11. ¿Cuál cree que es el impacto visual que se tiene del diseño gráfico en la sociedad? ¿de qué manera es percibido el diseño?
12. ¿Qué reconocimiento cree usted que tiene un D.G en una empresa?
13. ¿Por qué es importante un D.G para una empresa?
14. ¿Qué tan importante crees que sea el Diseño y el trabajo de un diseñador gráfico en Nicaragua?

Transcripciones

Datos del Entrevistado No.1

Nombre y Apellido: Freddy Mendoza
Ocupación: Administrador de Empresas
Nombre de la Empresa: UPOLI
Cargo: Docente

Preguntas

1. ¿De qué se encarga un administrador? ¿Cuál es su principal función y como la lleva a cabo?

Un administrador se encarga de incrementar las ventas, mantener la fidelidad de los Clientes, reducir los costos y gastos, establecer una relación estratégica con la competencia.

2. ¿Qué relación tiene la administración con el diseño gráfico?

Tratar de unir esfuerzos por darle una buena imagen a la empresa, por crear buenas promociones, por crear una buena publicidad que ayude al posicionamiento de la empresa y en los consumidores.

3. ¿Qué busca un administrador en un D.G y de qué manera valora su desempeño?

Que este piense y diseñe según los pensamientos del administrador, según la misión y visión que tiene la empresa y que quiere transmitir al mercado y en los consumidores.

4. ¿Cuál es la forma más idónea en la que trabajarías con un D.G?

En un ambiente agradable que se mantenga y establezca las herramientas necesarias para poder trabajar y dar la mejor de las ideas graficas hacia el mercado.

5. ¿Por qué es importante un D.G en relación al trabajo en conjunto con un administrador?

Porque de esa manera podrás transmitir los beneficios, los productos, las promociones de la empresa hacia los consumidores.

6. ¿Qué funciones realiza un D.G que trabaja en relación con Marketing y Administración?

Crear ideas, establecer sensaciones, solucionar problemas, establecer un deseo de los productos, de la empresa en la mentalidad del consumidor.

7. ¿Cuál es el apoyo que recibe el Administrador por un D.G?

Proporcionar la mejor idea posible para transmitir la publicidad y promoción y que los productos calen en la mentalidad del consumidor según sus necesidades y deseos

8. ¿Cuál es tu percepción acerca del Diseño Gráfico?

Que es una de las herramientas más importante dentro de la Nueva Era, para la Administración de los negocios de los productos en el mercado

9. Como administrador, ¿Cuál es la importancia de un D.G para una empresa?

Es muy importante porque dependiendo de él, se transmite la imagen de la Empresa, productos, servicios y sobre todo la percepción competitiva o el nivel competitivo que la empresa tiene en el mercado

10. Desde tu punto de vista, ¿Crees que el trabajo de un D.G es bien remunerado por las empresas?

Hasta el momento tiene una remuneración media, y debería ser remunerado según el desenvolvimiento del diseñador gráfico.

11. ¿Qué tan importante crees que sea el Diseñador gráfico en Nicaragua?

Mucho, es muy importante porque de él depende la imagen y la proyección que la empresa quiere transmitir en el mercado, porque de él depende que un producto tenga una buena publicidad y que la imagen de la empresa tenga una mejor percepción en los consumidores y que pueda ofrecer de la mejor forma posible sus productos.

Entrevista No: 2

Datos del Entrevistado

Nombre y Apellido: Leonard Chavarría

Ocupación: Diseñador Grafico

Nombre de la Empresa: UPOLI

Cargo: Coordinador de la carrera de Diseño Grafico

Preguntas

1. ¿Qué preparación (conocimientos y competencias) reciben los D.G para desempeñarse profesionalmente?

Los diseñadores en su formación llevan un porcentaje bien marcado en los conocimientos técnicos, pero sobre todo algo muy importante que debe tener un diseñador para poder cumplir las tareas, resolver problemas es el conocimiento de lo que es diseño, debe estar formado en diseño, como se detecta un problema, como se formula y se usan las metodologías distintas de diseño para la resolución de problemas, es decir la parte metodológica.

2. ¿En qué áreas puede desempeñarse un egresado de D.G?

En el área de todo lo que es comunicación visual, estamos hablando de imprentas grandes o centros de impresión, agencias de publicidad, agencias de comunicación, estudios de diseño, como freelance, puede desempeñarse trabajando en una ONG, sector salud, sector gubernamental o trabajar para una PYMES, ahora hay empresas que buscan diseñadores "In house" en vez de contratar una agencia contratan un diseñador y abren el puesto dentro de la empresa, también puede desarrollarse como diseñador web y en el área audiovisual.

3. ¿Se puede desempeñar como Creativo? ¿Qué necesitaría para ello?

Si puede pero necesita una fuerte preparación, actitud y aptitud, es decir, primero trabajan como diseñadores gráficos, luego como jefes de diseño, trabajan a la par del creativo, hasta sentirse preparados para tomar el puesto, además de tener estudios complementarios como mercadotecnia.

4. ¿Cuáles son las dificultades que tienen los egresados para conseguir trabajo? La E.D les ayuda o recomienda en alguna empresa?

Las dificultades de los diseñadores o recién egresados para conseguir trabajo, a veces esta en ellos mismos, si están estudiando se les complica, o por qué tan largo queda el trabajo, pero en la Escuela siempre solicitan diseñadores,

solicitan pasantías entonces depende de la oferta que haga la empresa y de la distancia por parte de la persona interesada y ellos ven si es viable o no, también es cuestión de actitud.

5. ¿Han hecho algún estudio acerca de la inserción laboral de los egresados de la carrera de D.G?

Específicamente con ese tema no, pero si hay ciertos datos, como escuela, estamos en proceso de transformación curricular, trabajando en pro de mejorar y transformar el pensum, tuvimos un periodo de investigación con empresas, para saber las necesidades que tienen para los puestos de trabajo, de alguna manera no preguntamos por si los estudiantes están trabajando sino en las necesidades que requieren para los puestos de diseño, pero ahí nos dimos cuenta que hay buena aceptación por los estudiantes de UPOLI

6. ¿De qué forma se vincula o relaciona la fotografía con el D.G?

La fotografía es una técnica de comunicación que ayuda al diseñador a reforzar su trabajo. Por ejemplo en la parte de la editorial, es una herramienta muy fuerte, en los carteles fotográficos, la obtención de imágenes, catálogos de productos, etc.

7. ¿Cuál sería una buena percepción de una fotografía? ¿Qué se puede transmitir a través de la misma?

Hay dos formas, la fotografía artística donde se aprecia lo que el autor quiere transmitir pero no necesariamente resuelve un problema de comunicación, normalmente funcionan de manera sola, hablando de una fotografía utilizada por un diseñador es obvio que cumple con una función dentro de una pieza de comunicación.

8. ¿Cuál es la ventaja de tener conocimientos fotográficos?

La ventaja es como tener conocimientos de otras cosas, mientras más conocimientos se tengan, se tiene mayor posibilidad a la hora de la creación de algo, por ejemplo para la creación de una campaña proponemos opciones, es decir tener otro tipo de herramientas que pueden facilitar el trabajo

9. ¿Es mejor utilizar recursos de internet o utilizar recursos fotográficos propios en los diseños? ¿Cuál tiene un mayor impacto a la percepción de la sociedad?

Los recursos de internet nada más sirven de referencia, antes de gastar dinero y tiempo en sesiones fotográficas se hace un boceto para mostrar al cliente ya que lo que está en internet lo puede tener todo mundo, para un trabajo final se trabaja con fotos propias, únicas e originales.

10. ¿De qué manera cree que es percibido el Diseño gráfico por parte de otras carreras de la Universidad?

Es percibido como una profesión muy especial, donde nos dejan expresarnos libremente, ya que es una característica que tiene el diseñador,

11. ¿Cuál cree que es el impacto visual que se tiene del diseño gráfico en la sociedad? ¿de qué manera es percibido el diseño?

El diseño es una profesión que ha venido cambiando la percepción, el diseño hasta el momento primero se desconocía mucho, luego que se conoce se cree que es solo la persona que maneja programas de diseño, que el diseñador es el que hace cosas bonitas en los programas de diseño, y el diseñador gráfico no es eso, no lo ven como un agente de cambio social, pero es cuestión que tiene que ir cambiando de manera que nos realizamos y damos a conocer nuestro trabajo.

12. ¿Qué reconocimiento cree usted que tiene un D.G en una empresa?

Eso va en dependencia del tipo de empresa, siempre van a ver al diseñador como la persona que maneja programas, etc. Lo que buscan es que trabajen bajo presión, que puedan trabajar rápido, y manejen los programas de manera óptima, es decir el reconocimiento como tal, viene siendo por los programas que manejan y habilidades que tengan, que tan acertadas son las propuestas que presentan.

13. ¿Por qué es importante un D.G para una empresa?

Es importante en el sentido de que el ayuda a resolver problemas de comunicación visual, el ayuda a conectar a la empresa con su público meta, es un profesional que sabe cómo organizar la información, que colores utilizar, que formas utilizar, etc.

14. ¿Qué tan importante crees que sea el Diseño y el trabajo de un diseñador gráfico en Nicaragua?

Lo importante va a ser dependiendo de para qué está trabajando, hablando un poco de la percepción que tiene la gente, el diseñador resuelve problemas de comunicación, sobre todo de índole visual, la importancia radica en que impacto tenga el trabajo que él hace y que reconocimiento tiene ante la sociedad. Lo que nosotros estamos haciendo es posicionándonos ante la sociedad para que reconozcan un diseñador como agente de cambio, que vean que realmente se puede incidir en las decisiones de la sociedad, es muy importante porque es el diseñador el que puede llegar a realizar esos cambios o apoyar áreas que tienen que ver con el desarrollo cultural del país, y desarrollo económico, ayuda en la parte social, solo que tiene que dosificar las tareas que está realizando o para quien está realizando, y trabajar para obras que valgan la pena ante la sociedad.

Entrevista No: 3

Datos del Entrevistado

Nombre y Apellido: Rina

Ocupación: Ingeniera Industrial

Nombre de la Empresa: UPOLI

Cargo: Decana de la Escuela de Diseño Grafico

Preguntas

- 1- ¿Qué preparación (conocimientos y competencias) reciben los D.G para desempeñarse profesionalmente?

Para preparar a un diseñador gráfico no solo son herramientas técnicas relacionadas en el campo de diseño, sino que el profesional se tiene que capacitar para dar una respuesta a un problema de comunicación, tiene que saber cómo comunicar un mensaje de manera clara, estrategias para llevar el mensaje de manera correcta, tiene que saber investigar y analizar la realidad para después plantearlo en una estrategia adecuada y traducir las ideas a lo visual.

- 2- ¿En qué áreas puede desempeñarse un egresado de D.G?

Puede trabajar en la televisión, en agencia de publicidad, como freelance, incorporado como talento humano en un periódico, en todos aquellos espacios en los que se necesite diseñar estrategias de comunicación.

- 3- ¿Cuáles son las dificultades que tienen los egresados para conseguir trabajo? La E.D les ayuda o recomienda en alguna empresa?

Si, casi a diario solicitan estudiantes para pasantías, utilizan esto para acercar a los jóvenes en el campo profesional, miden sus competencias, y aquellos elementos que hacen integral al ser humano, valores, articulación de trabajo en grupo; como escuela creamos los espacios, divulgamos a través de anuncios y redes sociales, también estrategias de egresados para hacer comunicación entre graduados y empresas.

- 4- ¿Han hecho algún estudio acerca de la inserción laboral de los egresados de la carrera de D.G?

Hasta el momento no, hasta el momento tenemos un registro donde los estudiantes realizan sus pasantías, pero estudiantes de 2do y 3er año, pero los estudiantes egresados solamente existen una línea de trabajo de la universidad para realizar el seguimiento a los egresados.

- 5- ¿De qué manera cree que es percibido el Diseño gráfico por parte de otras carreras de la Universidad?

Dentro de la universidad los perciben como jóvenes altamente creativos, personas que tienen talentos vinculados con la pintura, la expresión, la comunicación, muchos de otras carreras se cruzan de carrera porque ven ese ambiente en la escuela.

6- ¿Qué reconocimiento cree usted que tiene un D.G en una empresa?

Tenemos conocimiento de muchachos que trabajan como operarios en las empresas, pero que hay otros que han ido escalando, algunos hasta la parte de ser diseñadores creativos, y otros como creadores de empresas, y formadores de colectivos, para que poco a poco se vaya desapareciendo la idea de imprimeme y te regalo el diseño, no, si esa es la parte medular de todo el proceso.

7- ¿Por qué es importante un D.G para una empresa?

Es importante porque él puede gerencia todos los procesos de comunicación, que puede manejar la marca, que puede elaborar estrategias de comunicación para direccionar hacia donde la va la empresa, aquello que no se promueve no se vende, esa es la función principal del diseño, dar a conocer un producto o un servicio.

8- ¿Qué tan importante crees que sea el Diseño y el trabajo de un diseñador gráfico en Nicaragua?

Nicaragua se ha abierto a los tratados de libre comercio y se ha liberado para crear emprendimiento, y todas estas empresas necesitan de ir de la mano de un diseñador.

Entrevista No: 4

Datos del Entrevistado

Nombre y Apellido: Karla Amador Avendaño

Ocupación: Diseñadora Grafica

Nombre de la Empresa: M Impresiones

Cargo: Vice Gerente

Preguntas

- 1- ¿Cuáles son los requisitos de un diseñador gráfico para trabajar en una imprenta?

Requiere creatividad, habilidades con programas informáticos y excelentes capacidades de comunicación para crear imágenes y diseños que gusten a un gran rango de clientes y el público.

- 2- ¿Cómo evalúan y promueven a sus empleados? ¿Los capacitan?

En base a su desempeño, capacidad y habilidades en el cargo que tienen, como toda empresa estamos comprometidos en el crecimiento intelectual de nuestros empleados ya que no solo es beneficioso para ellos sino también para nuestra empresa ya que desempeñan mejor su cargo, los mandamos a constantes cursos y seminarios que enriquezcan sus conocimientos.

- 3- ¿Cómo percibe usted el trabajo de un D.G?

El trabajo de nuestro diseñador gráfico a la manera que nosotros lo percibimos es de suma importancia ya que él logra captar lo que el cliente necesita, logrando plasmar la idea que el cliente quiere.

- 4- ¿Cuáles son las funciones a cargo del D.G?

Reunión con los clientes y entender claramente lo que están solicitando, Crear y desarrollar nuevas ideas, La modificación, revisión y edición de proyectos como lo exige el cliente. Mantenerse dentro de los plazos y cumplir las fechas límite para la finalización de los proyectos.

- 5- ¿Cuál es el desempeño que tiene un Diseñador gráfico en la imprenta?

La creatividad, la innovación y el pensamiento consideramos que son habilidades clave para el desempeño laboral del diseñador gráfico. Interpretación, ordenamiento y presentación de ideas a los clientes, transformar algo que el cliente se lo dijo verbalmente a algo impreso por así decirlo.

6- ¿Cómo contribuyen a la empresa los D.G?

Que atreves de sus diseños además de complacer al cliente nos da a conocer en las distintas plataformas sociales, medios impresos, llamando la atención de nuevos clientes con sus diseños, impacta visualmente.

7- ¿Por qué es importante el trabajo del DG en una imprenta?

Dentro de nuestra empresa es una pieza fundamental ya que sin nuestro diseñador gráfico no lograríamos satisfacer a nuestros clientes, ya que el atreves de sus conocimientos tiene la capacidad de plasmar lo que el cliente necesita.

8- ¿Qué tan importante crees que sea el Diseño y el trabajo de un diseñador gráfico en Nicaragua? A la manera que nosotros lo percibimos un diseñador gráfico es imprescindible en cualquier empresa, ya sea una imprenta, agencia, pero con el pasar del tiempo hemos venido menospreciando sus capacidades, habilidades, su creatividad porque las personas piensan que por saber medio usar un programa de diseño ya eso los hacen conocedores del tema, incluso te dicen yo traigo mi logotipo ya hecho, votamos el trabajo del diseñador, su tiempo, su estudio, hemos devaluado mucho, al menos aquí es muy importante porque atreves de él las ideas se hacen una realidad. Y no hay mejor recompensa que ver a un cliente satisfecho con su trabajo que le hicieron.