

# Perspectiva de los egresados sobre la pertinencia académica del Programa de Diseño Visual

## Resumen

En este artículo se muestran los resultados del estudio de pertinencia que, sobre el Programa de Pregrado en Diseño Visual, realizó la Vicerrectoría Académica de la Universidad de Caldas. **Objetivo:** conocer la percepción de los egresados acerca de aspectos institucionales tales como la calidad en sus procesos de formación, competencias institucionales y del programa. **Metodología:** investigación descriptiva de carácter no experimental. La población objeto de estudio estuvo constituida por todos los egresados del programa de Diseño Visual de la Universidad de Caldas 2010 – 2014 (193 personas). Se trabajó con una muestra no probabilística de 130 personas que voluntariamente respondieron a la encuesta enviada a su correo electrónico. Se utilizó la prueba de U de Mann –Whitney para llevar a cabo las comparaciones entre las valoraciones dadas por el egresado a las competencias, entre lo que percibe poseer y lo exigido en el medio laboral. **Resultados:** el 76,2% de los egresados se encuentra actualmente laborando, y de ellos el 80,8% ejerce como profesional en el área de diseño visual. El 42,3% de los profesionales encontró trabajo en su disciplina pasados 11 meses de su graduación y casi la tercera parte del total (32,3%) ya se encontraba trabajando al momento de su egreso. Los diseñadores visuales de la Universidad de Caldas trabajan en instituciones tales como museos, alcaldías, universidades, constructoras, empresas de diseño, empresas de aviación, centros comerciales, fábricas, etc. El 72,3% de los profesionales califica con alto o muy alto la calidad académica del programa. **Conclusiones:** el estudio encontró que ha aumentado el número de profesionales que encuentra alternativas laborales en empresas de la región y de la ciudad de Manizales. En general los egresados valoran de manera positiva la calidad del programa, pero es necesario ofertar programas de corta o mediana duración (diplomados, especializaciones), cuyos contenidos se aboquen a las temáticas de mayor actualidad sobre las cuales los diseñadores visuales requieran capacitarse.

Carmen Dussán Lubert  
Magíster en Enseñanza de las Matemáticas. Docente Departamento de Matemáticas - Universidad de Caldas.  
carmen.dussan@ucaldas.edu.co  
 orcid.org: 0000-0002-8093-6487

William Ospina Toro  
Magíster en Diseño y Creación Interactiva  
Profesor Asociado Universidad de Caldas  
Departamento de Diseño Visual  
william.ospina@ucaldas.edu.co  
 orcid.org/0000-0001-8716-964X

Francisco Javier Ruíz Ortega  
Doctor en Didáctica de las Ciencias. Docente del Departamento de Estudios Educativos - Universidad de Caldas.  
francisco.ruiz@ucaldas.edu.co  
 orcid.org/0000-0003-1592-5535

Diana Marcela Montoya Londoño  
Magíster en Educación con énfasis en relaciones pedagógicas. Magíster en Neuropsicología. Docente Departamento de Estudios Educativos - Universidad de Caldas.  
diana.montoya@ucaldas.edu.co  
 orcid.org/0000-0001-8007-0102

Recibido: Febrero 2016

Aprobado: Abril 2016

Palabras clave:  
Autoevaluación, competencias, diseño visual, egresados, emprendimiento.



## Perspective of graduate students about the academic pertinence of the Visual Design Program

### Abstract

The results of the pertinence study conducted by the Academic Vice-Rector's Office about the undergraduate Visual Design Program at Universidad de Caldas are presented in this article. **Objective:** to know the perception of the graduate students about institutional aspects such as the quality in their educational process, institutional and program competences. **Methodology:** descriptive research of non-experimental nature whose target population consisted of all the students graduated from the Visual Design program at Universidad de Caldas 2010 – 2014 (193 people). A non-probabilistic sample formed by 130 people who voluntarily answered the survey sent to their e-mails was taken. The Mann-Whitney U Test was used to carry out the comparisons between the valuations given by graduate students to the competences between what they perceive they have and what the working environment demands. **Results:** 76.2% of the graduate students are currently working, and 80.8% of them work as professionals in the field of visual design. 42.3% of the professionals found jobs in their discipline 11 months after graduation, and almost one third of the total (32.3%) were already working before their graduation. The visual designers of Universidad de Caldas work in institutions such as museums, city halls, universities, construction companies, design businesses, aviation enterprises, shopping malls, factories, etc. 72.3% of the professionals rate the academic quality of the Program as high or very high. **Conclusions:** the study found that the number of professionals that find working alternatives in enterprises of the region and the city of Manizales has increased. In general, the graduate students positively value the quality of the program, but it is necessary to offer short-term and medium-term programs (diploma courses, specializations), whose contents lead to the most recent issues in which the visual designers need training.

#### Key words:

Self-evaluation, Competences, graduate students, visual design, entrepreneurship.

## Introducción

La pertinencia de los programas académicos de las universidades es una característica que refleja, además de su articulación con el entorno social, cultural y político, la dimensión alcanzada en la formación de todos sus estudiantes. También se puede decir que hablar de pertinencia es hablar de un término que responde al por qué y el para qué de las intencionalidades educativas de una institución.

Dos aspectos pueden asumirse como instrumentos de evaluación de la pertinencia de un programa, los cuales son, la valoración que hacen sus egresados en relación con las exigencias del medio donde se encuentran laborando y, la valoración que los empleadores realizan sobre el rol que cumplen sus empleados (en este caso los egresados del programa) en su empresa o nicho laboral. En el artículo se expondrá la mirada que los egresados tienen del programa y la valoración que hacen de su formación académica en el mismo.

La pertinencia y la calidad de la educación son dos conceptos que innegablemente deben relacionarse cuando se habla del valor social de la educación. El primero, que reconoce la responsabilidad de las instituciones educativas, en este caso, la universidad como productora de conocimiento; con la sociedad, como promotora de cambios políticos, económicos y culturales; también, como institución capaz de trabajar de forma integral con otras instituciones de manera creativa, eficiente y efectiva. En otras palabras, es un concepto que valora de las universidades:

su cometido y su puesto en la sociedad, de sus funciones con respecto a la enseñanza, la investigación y los servicios conexos, y de sus nexos con el mundo del trabajo en sentido amplio, con el Estado y la financiación pública y sus interacciones con otros niveles y formas de educación.” (UNESCO, 1997)

En este sentido, la pertinencia de los programas académicos responde a un “deber ser”, es decir, a la respuesta que la sociedad espera de las instituciones educativas, a la satisfacción que éstas dan a las necesidades sociales y posibles retos de transformación (Tünnermann, 2006, 2008). También se puede afirmar que la pertinencia responde a las demandas de equidad y democratización que hace la sociedad a las universidades, al llamado repetitivo para que estas instituciones ofrezcan oportunidades de formación y cualificación profesional y personal de los ciudadanos.

Es imposible hablar de pertinencia, si consideramos que el rol de las universidades está centrado solamente a la producción de conocimiento. La pertinencia también valora la relación entre quienes producen el conocimiento y aquellos que se apropian de ellos (Díaz, 2008; García, 2006; García & Mendoza, 2002). Es decir, al reconocimiento no sólo de la pertinencia en función de los actores internos de los programas académicos, sino también de las comunidades en las cuales están inmersas las instituciones y a su relación con otros sistemas y niveles educativos. Por lo tanto, un programa académico es pertinente si brinda posibilidades de desarrollo individual y potencia, en sus profesionales, la consciencia de participar de un colectivo social, y que es de él o ella la toma de decisiones informadas para intervenirlo y transformarlo.

12

La calidad de los procesos educativos hace referencia a un concepto con tradición histórica milenaria, complejo y polisémico. Desde lo histórico, podemos decir que la calidad la debemos articular a la existencia del hombre, a sus costumbres comerciales, a sus prácticas de caza, a sus guerras y disputas por conquistar territorios, a la creación de la industria, la revolución tecnológica, a la cobertura y calidad educativa, en definitiva como lo propone Montaudon (2010), a su “afán por conseguir mejores condiciones de vida”. Es un término difícil de definir, por las múltiples dimensiones de orden cualitativo y cuantitativo que deben vincularse y que exigen la comprensión profunda

de cada una de ellas. En este orden de ideas se habla de dimensiones de orden político, cultural, epistémico, didáctico, pedagógico y organizacional, y además, de actores involucrados en dicho concepto como docentes, estudiantes, administrativos, etc., que desde sus acciones retrasan o potencian la consecución de las metas y la calidad de los procesos. La complejidad del concepto de calidad se da, entonces, porque no es sencillo comprender sus múltiples significados.

En este sentido, la calidad de la educación superior:

*“debe construir una real alianza entre la misión institucional en sus dimensiones científico-formativas y las realidades regionales, la necesidad desde los pueblos, los proyectos y estrategias nacionales, sin jamás apartarse de su objetivo central: la construcción de la ciudadanía pública de sociedades democráticas, justas, sociales y ambientalmente sostenibles”. (Gazzola & Didriksson, 2008, p. 107).*

Esta alianza exige reconocer la simbiosis dinámica, flexible e indispensable entre calidad, pertinencia y equidad.

## **Método**

La presente investigación es descriptiva de carácter no experimental, cuya población objeto estuvo constituida por todos los egresados del programa de Diseño Visual de la Universidad de Caldas 2010 – 2014 (193 personas). Se trabajó con una muestra no probabilística de 130 personas que voluntariamente respondieron a la encuesta enviada a su correo electrónico. El muestreo utilizado fue estratificado aleatorio simple para proporciones, con un error y una significancia del 5%.

Las variables utilizadas respondieron al interés del programa y de la Vicerrectoría Académica de la Universidad de Caldas en cuanto a información del egresado, sus datos académicos y laborales, valoración que tal profesional

realiza del programa y la que realiza de las competencias desarrolladas en él por el programa académico (desde su percepción del grado en que posee tales competencias y lo requerido en el medio laboral).

Mediante tablas y gráficas se describieron las variables bajo estudio. La comparación entre las valoraciones de las competencias en cuanto al grado en que fueron desarrolladas en la Universidad de Caldas y las mismas que son requeridas en el ámbito laboral, se realizó mediante la prueba de U de Mann–Whitney (Sheskin, 2007). Se utilizó para el procesamiento de la información el software estadístico Xlstat 2014.

## Resultados

El 76,2% de los egresados que contestó la encuesta (99 personas), se encuentra actualmente laborando. De ellos y tal como se aprecia en la figura 1, el 80,8% ejerce como profesional en el área de diseño visual.

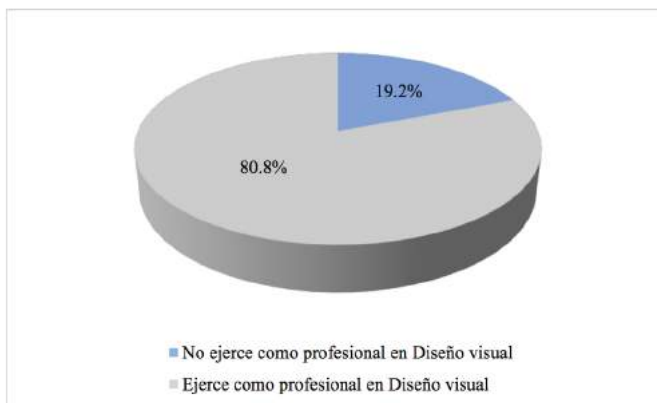


Figura 1. Ejerce como profesional en el área de diseño visual. Fuente: Los autores.

El 42,3% de los egresados que contó la encuesta, afirma que pasados 11 meses de su graduación ya tenían trabajo en su área de estudio, mientras que casi la tercera parte del total (32,3%) ya se encontraba trabajando al momento de su egreso y el 9,2% permanece desempleado para la fecha de corte (julio 15 de 2015); de éstos últimos, 7 personas egresaron en 2014, 3 en 2013, uno en 2012 y uno en 2011.

Los diseñadores visuales de la Universidad de Caldas trabajan en instituciones que conforman un amplio espectro, tales como museos, alcaldías, universidades, constructoras, empresas de diseño, empresas de aviación, centros comerciales, fábricas, etc. Igual ocurre con la unidad funcional de la institución en la que labora, resaltando las áreas de diseño, *marketing* y comunicación.

Ochenta egresados contestaron a la pregunta “tipo de vinculación laboral actual y tipo de contrato”, el 71,3% de ellos dice tener vinculación directa con la institución, a través de contrato a término indefinido el 30,0%, fijo (26,3%) o por prestación de servicios (15,0%); además se observó que 18 personas eran independientes, lo que corresponde a 22,5% de este total. Adicionalmente, la mitad de esos 80 egresados trabaja en Caldas (51,3%) y casi una cuarta parte en Cundinamarca (22,5%); pero se recibieron respuestas de Antioquia, Quindío, Risaralda, Valle del Cauca, Cataluña (España) y Córdoba (Argentina). Por municipios, Manizales (50,0%) y Bogotá (21,3%) sobresalieron por ser las ciudades donde mayor número de egresados contestó al llamado de la universidad.

De la totalidad de personas involucradas en el estudio (130), el 40,8% se ha capacitado mediante educación continuada o diplomados, el 19,2% ha realizado postgrados y el 7,7% otro programa de pregrado, pero preocupa que el 36,9% de este grupo de encuestados no haya realizado ningún tipo de capacitación adicional después de su graduación.

Con relación a la calidad del programa, la mayoría de los egresados valoró con alto o muy alto al programa de Diseño Visual (tabla 1) en cuanto a su calidad académica (72,3%), a su capacidad para asumir las responsabilidades que el ejercicio profesional le ha exigido (60,7%) y a que el programa favorece su desarrollo personal (70,0%). Casi la mitad (47,7%) consideró en grado alto o muy alto el porcentaje en que fueron alcanzadas las expectativas profesionales que tenía cuando terminó la carrera. Pero la mayoría calificó como medio, pobre o muy pobre las siguientes cuestiones: salario que recibe el egresado (74,7%), posición profesional alcanzada por el egresado (70,7%), encontrar un trabajo adecuado después de terminar sus estudios (66,9%), oportunidad de beneficios sociales que mejoran la calidad de vida del egresado (66,9%), estabilidad laboral (66,2%), oportunidad de desarrollo profesional (ascensos, capacitación) (65,4%), capacidad de respuesta de la universidad a las necesidades de sus egresados (60,8%), aportar al desarrollo económico y social de su país (55,3%).

Tabla 1. Valoración del programa académico por parte de los egresados, en porcentaje

Categoría	Baja o muy baja	Media	Alta o muy alta
Calidad académica del programa	5,4%	22,3%	72,3%
Capacidad de respuesta a las necesidades de sus egresados	21,6%	39,2%	39,2%
Encontrar un trabajo adecuado después de terminar sus estudios	33,8%	33,1%	33,0%
Asumir las responsabilidades que el ejercicio profesional le ha exigido	16,2%	23,1%	60,7%
Aportar al desarrollo económico y social de su país	16,2%	39,2%	44,7%
Favorecer el desarrollo personal	9,2%	20,8%	70,0%
El salario que recibe el egresado	44,7%	30,0%	25,4%
La posición profesional alcanzada por el egresado	33,0%	37,7%	29,3%
La oportunidad de beneficios sociales que mejoran la calidad de vida del egresado	29,2%	37,7%	33,1%
La oportunidad de desarrollo profesional (ascensos. capacitación)	32,3%	33,1%	34,7%
La estabilidad laboral	42,3%	23,9%	33,8%
Al grado en el cual fueron alcanzadas las expectativas profesionales que tenía cuando terminó la carrera	15,4%	36,9%	47,7%



Las competencias evaluadas por los diseñadores visuales, que constituyen el perfil de todo egresado del programa, fueron:

- Capacidad para afrontar procesos de investigación cuyos resultados incidan positivamente en el desarrollo de las comunidades, con un sentido crítico, ético, respetuoso de las diferencias y concordante con las dinámicas culturales y de inserción en el panorama internacional.
- Estructurar información visual en las áreas de la imagen, ya sea fija, móvil, ambiental o digital.
- Administrar sistemas de información, basados en los conceptos y formas presentes en la identidad visual de las empresas.
- Conformar equipos de trabajo interdisciplinarios, con los cuales diagnostica problemas de información y comunicación visual en el medio.
- Estructurar información visual en las áreas de la imagen, ya sea fija, móvil, ambiental o digital.
- Investigar problemas existentes dentro de los límites de su objeto de estudio, desde una perspectiva global.
- Generar empresa, mediante la aplicación de los principios de la gerencia y el mercadeo del diseño.

Se solicitó al profesional evaluar con muy bajo, bajo, medio, alto o muy alto, el grado en que él posee tal competencia y lo que le exige el medio laboral, encontrando que para las dos primeras habilidades no existe diferencia estadística significativa entre lo aportado por el programa y lo exigido en su trabajo (Pvalores de 0,0617 y 0,1788, respectivamente). Para las demás, el diseñador visual consideró que lo exigido por el medio laboral es mayor a lo aportado por el programa (Pvalores de 0,0296 o menores).

Se observa en la tabla 2, que al menos el 50,8% de los profesionales calificó con alto o muy alto su percepción de poseer la competencia específica por la que se le preguntó, con excepción de la habilidad para generar empresa, mediante la aplicación de los principios de la gerencia y el mercadeo del diseño, donde el 62,3% de ellos consideró que poseía la competencia en grado medio, bajo o muy bajo.

**Tabla 2.** Porcentaje de egresados que calificó alto o muy alto en la competencia

<b>Competencia</b>	<b>Desarrollada en la Universidad</b>	<b>Requerida en el ámbito laboral</b>
Capacidad para afrontar procesos de investigación cuyos resultados incidan positivamente en el desarrollo de las comunidades, con un sentido crítico, ético, respetuoso de las diferencias y concordante con las dinámicas culturales y de inserción en el panorama internacional	50,8%	62,3%
Administrar sistemas de información, basados en los conceptos y formas presentes en la identidad visual de las empresas	68,5%	83,1%
Conformar equipos de trabajo interdisciplinarios, con los cuales diagnostica problemas de información y comunicación visual en el medio	64,6%	83,8%
Estructurar información visual en las áreas de la imagen, ya sea fija, móvil, ambiental o digital	82,3%	83,1%
Investigar problemas existentes dentro de los límites de su objeto de estudio, desde una perspectiva global	60,0%	70,0%
Generar empresa, mediante la aplicación de los principios de la gerencia y el mercadeo del diseño	37,7%	66,2%

De otro lado, el 79,2% de los egresados consideró que el diseño visual se está moviendo hacia nuevos campos de desarrollo, algunas de sus opiniones se muestran en la tabla 3.

Tabla 3. Nuevos campos hacia donde se mueve el diseño visual

En relación con los desarrollos digitales, el diseñador visual debe enfocarse, cada día más, hacia la administración comunicativa.
El diseño tiene la capacidad de moverse a cualquier campo existente. Ahora se mueve hacia campos tecnológicos, científicos, culturales y artísticos, que no son nuevos, pero a los que se adapta en su transformación.
Cada vez más se le da más valor a la profesión, en la actualidad el papel de un diseñador visual va más allá de ser un simple grafista o comunicador, el papel del diseñador consiste en ser un mediador de la información y la sociedad... todo lo que nos rodea es diseño desde los zapatos que portamos hasta la ciudad donde vivimos... Por esto la misma sociedad está abriendo las puertas a múltiples campos para el diseño: agricultura, farmacéutica, industria, educación, entre otras.
El diseño visual es una disciplina que ni los mismos "diseñadores visuales" entendemos a cabalidad, ya que culturalmente no se ha profundizado en el entendimiento de esta rama, nos cuesta entender nuestras capacidades y obligaciones en el contexto social. En definitiva es una profesión en constante cambio mediático y de soportes, pero como tal el diseño debe abogar por unos ideales muy claros, dentro de los cuales la organización y el mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos son puntos claves a entender para ejercer la disciplina.
Creo que a través del festival de la imagen se exploran nuevos campos.
Hacia campos tecnológicos y moda.
Cada día es más evidente la importancia del diseño visual en la elaboración de aplicativos y desarrollos digitales. No solo en cuestiones de forma, sino en estructuras de navegación y generación de contenido.
El diseñador visual no solo debe estar en la capacidad de estructurar el contenido y darle una adecuada comunicación. Sino que debe ser capaz de generar su propio contenido desde la parte estratégica del mismo.
Sociales, informáticos, y sobre todo tecnológicos.
El diseño visual por su naturaleza contextual siempre se está moviendo en los campos donde se vea necesaria su intervención como puente comunicacional. Medicina, cultura, sociedad, enseñanza, aprendizaje.
Hacia las ciencias. Las artes, trabajo social.
Hacia el ámbito social, tecnológico y económico, en el desarrollo de los individuos como parte fundamental de las comunidades. Por medio del empoderamiento de recursos humanos y culturales.
El diseño visual se está moviendo hacia campos más conceptuales, sin embargo, los profesionales en diseño visual deben ser capacitados en el desarrollo de pensamiento estratégico y habilidades gerenciales que les permitan desenvolverse en las empresas más desde el campo conceptual que desde el operativo.

## Discusión

Es importante para la institución, el programa, pero sobre todo para las familias de los egresados, conocer que un alto porcentaje de ellos se encuentran vinculados laboralmente (76,2%), y que de ellos, el 80,8% lo hacen como profesionales en el campo del diseño visual. Este indicador, si bien no desconoce la situación de desempleo (23,8% de los egresados encuestados lo son), sí refleja la demanda del contexto frente a los profesionales del programa.

También es importante resaltar que las áreas de desempeño profesional se distribuyen entre los sectores público y privado, en empresas e instituciones radicadas en diversas regiones de la geografía colombiana, realidad que demuestra el cumplimiento del compromiso de cualificación idónea por el que la universidad propende, al tiempo que permite responder al por qué y al para qué del programa, que tiene entre sus objetivos “formar profesionales competentes en el diagnóstico y resolución de problemas de comunicación visual a través de la actividad proyectual” capacitados para “desarrollar proyectos que se inscriban adecuadamente en el medio de producción nacional e internacional” (Documento autoevaluación del programa, 2013, p. 14). Los niveles de formación que integran el plan de estudios proponen actividades académicas encaminadas al fortalecimiento de pensamiento crítico, en el que los principios del diseño y la comprensión de las particularidades culturales permiten ofrecer productos satisfactorios a los requerimientos culturales del contexto.

De otro lado, la apreciación que los egresados realizan sobre la calidad del programa es otro de los aspectos relevantes que se descubren en los datos arrojados por el estudio. Para estos nuevos profesionales, la propuesta académica al contar con el reconocimiento de la Comisión Nacional de Acreditación (CNA), como programa de alta calidad facilita, su incursión en el escenario laboral; igualmente, ha satisfecho, en alto porcentaje, las expectativas de su formación aportando elementos reflexivos e instrumentales que les posibilita responder con responsabilidad a las exigencias del medio laboral. Lo anterior, podría decirse, es concordante con el perfil profesional que en el programa atiende no al señalamiento invariable de una alternativa de desempeño, sino que se preocupa por potenciar capacidades y competencias que pueden ser resumidas de la siguiente manera: capacidad de administrar sistemas de información, de conformar equipos interdisciplinarios de trabajo, de estructurar información visual, de investigar problemas inherentes a su área

de estudio y de generar empresas gracias a los principios de la gerencia y el mercadeo.

En este punto, es necesario reflexionar sobre los aspectos que, según el criterio de los egresados, no aportan altos niveles de calidad a su proceso de formación. El ejercicio de autoevaluación del programa debe incluir algunos componentes curriculares, también el análisis del dinámico escenario laboral en el que deben competir durante mucho tiempo, como se mencionó líneas arriba entre 1 y 11 meses, para lograr una oportunidad de trabajo tras su egreso de la universidad. Si bien esta particularidad ha sido asociada al programa, la consolidación del estamento también compromete a la Vicerrectoría de Proyección Universitaria que a través de la Oficina de Egresados ha puesto en marcha las políticas y servicios para alcanzar dicho fin<sup>1</sup>.

En esta línea de análisis, también es relevante la discusión sobre las calificaciones asignadas a las competencias aportadas por el programa y las requeridas en el medio. Frente a ello, inicialmente se retoma del documento de autoevaluación elaborado por el programa de Diseño Visual (2013), la acepción que se tiene sobre el concepto de competencia. Desde el programa, hablar de competencia es hacer referencia a una acción que se demuestra con suficiencia en un contexto específico, a un sujeto que manifiesta idoneidad para resolver problemas particulares. La literatura identificada sobre el término ratifica que un sujeto competente además de desempeñarse con suficiencia en un contexto concreto, también demuestra actitud y sentido de responsabilidad social. Es decir, que en la acción, en la resolución de los problemas específicos, deben estar involucradas otras dimensiones que responden al conocer, hacer, convivir y comunicar (Bogoya, 2000; Torrado, 2000; Le Bofert, 2001; Perrenoud, 2004; Ruíz, 2010; Rychen & Hersh, 2004; Spencer & Spencer, 1993; Zabala & Arnau, 2007). A los egresados se les propuso evaluar seis

---

<sup>1</sup> Ver: <http://egresados.ucaldas.edu.co>

competencias implicadas en su proceso de formación. De sus valoraciones, cobran importancia dos aspectos; el primero, si bien para las competencias: a) Capacidad para afrontar procesos de investigación cuyos resultados incidan positivamente en el desarrollo de las comunidades, con un sentido crítico, ético, respetuoso de las diferencias, concordante con las dinámicas culturales y de inserción en el panorama internacional y b) estructurar información visual en las áreas de la imagen, ya sea fija, móvil, ambiental o digital, no existe diferencia significativa entre la valoración que el egresado realiza del grado en que estas fueron desarrolladas en la universidad y las que considera son requeridas en el ámbito laboral; sí es asunto de discusión el porcentaje de estudiantes que calificó las competencias como alto o muy alto (50,8% y 68,5%, respectivamente).

El segundo aspecto, frente a las competencias: a) Capacidad de administrar sistemas de información, basados en los conceptos y formas presentes en la identidad visual de las empresas, b) Capacidad de conformar equipos de trabajo interdisciplinarios, con los cuales diagnostica problemas de información y comunicación visual en el medio, c) Capacidad de investigar problemas existentes dentro de los límites de su objeto de estudio, desde una perspectiva global, y d) Generar empresa, mediante la aplicación de los principios de la gerencia y el mercadeo del diseño, surge la reflexión sobre las diferencias significativas identificadas entre la valoración que el egresado realiza del grado en que estas competencias fueron potenciadas en su proceso de cualificación y las que considera son requeridas en el ámbito laboral; sigue siendo mayor lo requerido por el medio que lo aportado por la universidad. Aspectos que innegablemente se convierten en insumo para la crítica propositiva y posible intervención del programa; aun así, para el programa de Diseño Visual el número de empresas generadas por los egresados demuestra un avance significativo en el desarrollo de competencia; si bien las actividades académicas relacionadas con estas áreas de conocimiento parecieran tener un modesto reconocimiento,

la institución se ha comprometido en fortalecer las dinámicas de generación de empresas, para ello, la Unidad de Emprendimiento realiza convocatorias periódicas con el objetivo de “generar nuevas unidades de negocio, para dar respuestas efectivas a necesidades o problemas específicos”<sup>2</sup>.

Otro aspecto destacado, es que los procesos adelantados por los estudiantes en la Unidad de Emprendimiento pueden ser inscritos como modalidad de trabajo de grado. Se observa que las dinámicas para la generación de empresa se han abierto para satisfacer los intereses de los estudiantes, pero por el carácter de este programa, es el estudiante quien en su búsqueda de complementar los conocimientos que la carrera ofrece, debe acercarse a ellos de manera voluntaria. Lo anterior no desestima la necesidad de reflexionar sobre dicha realidad, pero no sólo con relación a contenidos, sino también, en cuanto a conocer el porqué del aparente desinterés de los estudiantes por este tipo de proyectos, que apoyan favorablemente sus propósitos profesionales.

Otro dato que se debe incorporar a la discusión está relacionado con la educación continuada de los egresados del programa. De los datos obtenidos, el 63,1% ha realizado estudios de capacitación formal y no formal, un aspecto significativo tanto su proyección profesional y de adquisición de nuevas destrezas para impactar positivamente el entorno social. Sin embargo, llama la atención el 36,9% de los egresados que aún no lo ha hecho, aspecto que se ha debatido en el comité de currículo del programa y en las sesiones de proceso de autoevaluación, de cuyos resultados ha derivado la posibilidad de proponer dos ofertas de educación continuada que serán incluidas en el Sistema de Plan de Mejoramiento, como estrategia para reducir tal porcentaje. Dichas propuestas complementarían la oferta actual del departamento que incluye el Diplomado en Marketing, Publicidad y Diseño *on line*, la Maestría en Diseño y Creación Interactiva y el Doctorado en Diseño y Creación.

<sup>2</sup> <http://www.ucaldas.edu.co/portal/?s=unidad+de+emprendimiento>

Para cerrar la presente discusión, es relevante presentar el compendio de respuestas que los egresados entregaron sobre los escenarios hacia los cuales puede estar virando este campo de formación. En este sentido, la pluralidad de opiniones se sintetiza en los siguientes campos: Desarrollo digital y virtual, tics, experimentación estética, gestión, emprendimiento cultural, transmedia, *gamificación*, diseño social, *marketing* digital, biotecnología, diseño sonoro, innovación social, diseño sostenible, investigación y educación. Gracias a esta información se puede advertir que la mayoría de las respuestas descubren una consideración de adaptabilidad de la disciplina del diseño visual en el campo de acción dentro del contexto colombiano, es decir, la disciplina puede ajustarse a muchas áreas sin que ello implique se marque un campo novedoso de estudio.

Con base en lo anterior, las respuestas generales pueden ser reunidas en cinco campos:

1. Comunicación. Manejo de los procesos comunicativos en todo tipo de implementación tecnológica. En áreas como televisión digital, *smarthphones* y *tablets*.
2. Educación: Manejo de información con finalidad didáctica en los diversos ámbitos en los que la educación sea aplicada.
3. Diseño e innovación, diseño sostenible y diseño social: estas forman un solo campo, porque actualmente la interrelación entre los tres términos tiene aplicaciones similares y complementarias.
4. Investigación, biotecnología: Son dos campos en los que los egresados ven una aplicación del diseño a futuro, en tal sentido se enuncian de manera conjunta por su relación en la actividad investigativa.
5. Diseño sonoro: se encuentra como campo de aplicación que no es común y que puede ser un aspecto mucho más particular en el que laboran algunos diseñadores.



Es importante anotar que los resultados alcanzados con el estudio de pertinencia guardan relación con la información obtenida por la universidad, a través de otros modelos, para afrontar adecuadamente los procesos de acreditación institucional y de sus programas. A este respecto, en el Sistema Integrado de Gestión (SIG), se ha instituido el Sistema Gerencial de la Universidad de Caldas (LUPA)<sup>3</sup> que permite administrar, entre otras, aquellos factores e indicadores relacionados con los estudiantes y egresados, los cuales serán contrastados y complementados por el aporte actual y crítico de los profesionales en Diseño Visual que fueron convocados a través del presente ejercicio académico.

## Conclusiones

Entre las conclusiones derivadas del estudio se destaca en primer lugar, el aumento en el número de profesionales que encuentran alternativas laborales en empresas de la región. A partir de esta realidad se ilustra la transformación que la ciudad ha tenido, pues no solo conserva su estatus de centro universitario, sino que paulatinamente se fortalece como escenario laboral y de emprendimiento empresarial.

En cuanto a la calidad de la oferta académica del programa de Diseño Visual, los egresados, en términos generales, la valoran de manera positiva. El contar con la certificación de alta calidad incide positivamente en las oportunidades laborales que se brinda a los nuevos profesionales. No obstante, es necesario analizar por qué los estudiantes no se inscriben en los programas de emprendimiento que ofrece la universidad, ello porque una de las competencias que se pide mejorar se relaciona con la capacidad para generar empresas a partir de la implementación de conceptos de gerencia y mercadeo, cuyas exigencias en el medio superan el desarrollo que la institución promueve.

---

<sup>3</sup> <http://sig.ucaldas.edu.co/gestionDocumental/lupa/principal.php>

Si bien, el departamento ha consolidado su oferta de académica de postgrados con la Maestría en Diseño y Creación Interactiva y el Doctorado en Diseño y Creación, es necesario ofertar programas de corta o mediana duración (diplomados, especializaciones) como el Diplomado en Marketing, Publicidad y Diseño Online, cuyos contenidos se aboquen a las temáticas de mayor actualidad sobre las cuales los egresados requieran capacitarse.

En relación con las perspectivas de integración del diseño visual con otras áreas del conocimiento, las opiniones de los egresados se pueden sintetizar en: comunicación, educación, diseño e innovación, diseño sostenible y diseño social, investigación, biotecnología y diseño sonoro. La disciplina, en asocio con otras profesiones, responde a los requerimientos del medio, pero esta integración no significa el surgimiento de un nuevo campo de estudio.

Finalmente, los resultados del estudio de pertinencia han servido de base para el análisis de las transformaciones que el programa de Diseño Visual ha experimentado desde su fundación. En el mes de noviembre se conmemorará su vigésimo quinto aniversario, acto que indudablemente incidirá en la planificación, ordenamiento y actualización de una oferta académica que ha demostrado llegar a la sociedad profesionales con una visión integral sobre la disciplina del diseño, la imagen y la comunicación.

## Referencias

Bogoya, D., Vinent, M., Restrepo G., Torrado, M., Jurado, F., Pérez, M. et al. (2000). *Competencias y proyecto pedagógico*. (1a Ed.). Bogotá: Unibiblos.

Dias Sobrinho, J. (2008). *Calidad, pertinencia y responsabilidad social de la Universidad Latinoamericana y Caribeña*. Tendencias de la educación superior en América Latina y el Caribe, Caracas.

- Gazzola, A. y Didriksson, A. (2008). *Tendencias de la Educación Superior en América Latina y el Caribe*. Caracas: IESALC-UNESCO
- García, F. (2006). Una aproximación al concepto de universidad pertinente. Recuperado de: <http://www.ucla.edu.ve/dac/investigaci%F3n/compendium5/pertinente.htm>.
- García, J. & Mendoza, G. (2002). *Jóvenes, universidad y compromiso social. Una experiencia de inserción comunitaria*. Madrid: Narcea.
- Le Boterf, G. (2001). *Ingeniería de las competencias*. Barcelona: Gestión 2000.
- Montaudon, C. (2010). *Explorando la noción de calidad*. Redalyc Acta Universitaria, 20(2), 50-56.
- Perrenoud, P. (2004). La clave de los campos sociales: competencias del actor autónomo. En: En D.S. RychEn y L.H. SaLganiK (Eds.), *Definir y seleccionar las competencias fundamentales para la vida (216-261)*. México: FCE.
- Ruíz, F. (2010). Las competencias científicas en el contexto catalán, una mirada crítica al término y su conceptualización en la política educativa. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, 6(1), 75-93
- Rychen, D. & Hersh, L. (2004). *Definir y seleccionar las competencias fundamentales para la vida*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Sheskin, D J. (2007). *Handbook of parametric and nonparametric statistical procedures*. 4th ed. Chapman & Hall/CRC, Boca Raton, FL.

Spencer, L.M. y Spencer, S.M. (1993). *Competence at Work*. New York: John Wiley and Sons. Tamayo, O. (2001, Mayo). Evolución conceptual desde una perspectiva multidimensional. Recuperado de <http://www.tdx.cat/TDX-1015101-133217>.

Torrado, M. C. (2000). *Educación para el desarrollo de las competencias: una propuesta para reflexionar*. En: Bogoya, D., Vinent, M., Restrepo G., Torrado, M., Jurado, F., Pérez, M. et al. (2000). *Competencias y Proyecto Pedagógico*. (1a Ed.). (pp. 31-54). Bogotá: Unibiblos.

Tünnermann C. (2006). Guatemala. Recuperado de: <http://biblio2.url.edu.gt:8991/libros/leccion%20inaugural2006texto.pdf>

Tünnermann Bernheim, C. (2008). *La calidad de la educación superior y su acreditación: la experiencia centroamericana*. Evaluación Revista da Avaliação e da Educação Superior. (Campinas), 13, 313-336.

UNESCO. (1997). Documento de Política para el Cambio y el Desarrollo en la Educación Superior. Recuperado de [http://www.unesco.org/education/pdf/24\\_235\\_s.pdf](http://www.unesco.org/education/pdf/24_235_s.pdf)

Universidad de Caldas (2013). Documento de autoevaluación del programa de Diseño Visual.

Zabala, A., & Arnau, L. (2007). *11 ideas clave. Como aprender y enseñar competencias*. Barcelona: Graó.

Cómo citar este artículo:

Dussán, C., Ospina, W., Ruiz, F.J. & Montoya, D.M. (2016). Perspectiva de los egresados sobre la pertinencia académica del Programa de Diseño Visual. *Revista Kepes*, 13, 9-28. DOI: 10.17151/kepes.2016.13.13.2