

UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN DOCENCIA SUPERIOR



TESIS

Para optar el Grado Académico de Maestro en Docencia Superior

**Competencias profesionales que demandan los estudiantes de
Diseño Gráfico de una universidad privada al 2030**

Autor: Bachiller Víctor Enrique Chiroque Landayeta

Asesor: Dra. Mariella Margot Quipas Bellizza

**LIMA – PERÚ
2021**

Página del Jurado

Miembro 1

Miembro 2

Asesor: Dra. Mariella Margot Quipas Bellizza

Representante de la EPG

Dedicatoria

A mis padres Hilda y Máximo

A mi esposa Susana

A mis hijos Leo, Lore, Vera

A mis tíos Mario y Mila

Agradecimiento

Un especial agradecimiento a todos mis colegas de mi especialidad, quienes me han apoyado para atender y resolver cada una de mis dudas en esta investigación y cubirme en los tiempos que me demandó esta investigación.
De la misma forma, a mis amigos del Grupo Avatar quienes han demostrado que podemos seguir adelante a pesar de las vicisitudes del momento.

ÍNDICE

TRABAJO DE TESIS	i
Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
ÍNDICE	v
INDICE DE TABLAS	vii
INDICE DE CUADROS.....	vii
INDICE DE FIGURAS	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT.....	ix
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	3
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1 Descripción del problema.....	3
1.2 Formulación del problema.....	5
1.2.1 Problema General.....	6
1.2.2 Problemas específicos	6
1.3 Importancia y Justificación del Estudio	6
1.3.1 Importancia del estudio	6
1.3.2 Justificación del estudio	7
1.3.3 Justificación Teórica.....	8
1.4 Delimitación del problema	8
1.5 Objetivos del estudio.....	9
1.5.1 Objetivo General	9
1.5.2 Objetivos específicos.....	9
CAPÍTULO II	10
2. MARCO TEÓRICO.....	10
2.1 Marco Histórico	10
2.2 Investigaciones relacionadas con el tema.....	12
2.3 Estructura teórica y científica que sustenta el estudio	17
2.3.1 Origen y evolución del término competencia.....	17
2.3.2 Enfoque teórico y científico de las competencias	18
2.3.2.1 Formación profesional del Diseño Gráfico por competencias.	18
2.3.2.2 Componentes de las competencias vinculadas a la formación profesional de Diseño Gráfico.....	19
2.4 Definición de términos básicos.	24
2.5 Categoría (definición y operacionalización de categoría, subcategoría e índices)	25
CAPÍTULO III.....	27
3. MARCO METODOLÓGICO	27
3.1 Tipo, método y diseño de la investigación.....	27
3.1.1 Tipo de la investigación	27
3.1.2 Método de la investigación.....	29
3.2 Diseño de la investigación.....	29
3.3 Escenario de estudio	30

3.3.1 Muestra.....	30
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	31
3.5 Descripción de procedimientos de análisis	33
CAPITULO IV	38
4. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	38
4.1 Resultados.....	38
4.2 ANALISIS DE RESULTADOS	55
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	68
Conclusiones.....	68
Recomendaciones.....	69
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	70
ANEXOS.....	75
Anexo 01: Declaración de Autenticidad.....	75
Anexo 02: Autorización de consentimiento para realizar la investigación.....	76
Anexo 03: Matriz de Consistencia.....	77
Anexo 04: Protocolos	80
.....	82
Anexo 05: Instrumentos	84

INDICE DE TABLAS

TABLA 1: Tabla de categorización	25
----------------------------------	----

INDICE DE CUADROS

CUADRO 1: Adaptación (Guardián Fernández). El paradigma cualitativo en la investigación Socio Educativa.	28
CUADRO 2: Categorías, subcategorías	32
CUADRO 3: Codificación de actores	38

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: Tipos de triangulación Denzin (1970)	37
FIGURA 2: Mapa de triangulación de competencias	67

RESUMEN

El diseñador gráfico es un profesional agente proactivo de comunicación y como tal cobra notoria importancia en la construcción de una sociedad globalizada, por lo que en este escenario resultó oportuno avizorar futuras competencias para la formulación de perfiles que respondan a las necesidades profesionales y laborales a futuro.

El objetivo de la presente investigación estuvo centrado en analizar las competencias profesionales que demandan los estudiantes de la especialidad de Diseño Gráfico de una universidad privada para el año 2030.

Estudio centrado en un tipo de investigación cualitativa, diseño estudio de caso; se utilizó como técnica la observación y como instrumento, el autor elaboró entrevistas semi estructuradas para los diferentes actores de la comunidad universitaria. La validez del contenido se garantizó mediante la opinión de expertos conocedores en la temática.

Los resultados que muestra la investigación identifican que las competencias que permitirán al profesional del diseño gráfico utilizarlas de manera adecuada para afrontar el nuevo mercado al 2030, son la comunicación eficaz, el autoaprendizaje autónomo, la ética, innovación, la gestión en diseño, investigación y el uso de los medios.

Palabras clave: Competencias, competencias genéricas, competencias profesionales, competencias específicas, gestor en diseño gráfico.

ABSTRACT

The graphic designer is a proactive communication professional agent and as such is notoriously important in the construction of a globalized society; In this scenary, it was appropriate to envision future competencies for the profiles formulation that respond to future professional and labor needs.

The objective of this research was focused on analyzing the professional competence demanded by students of the specialty of Graphic Design of a private university for the year 2030.

Study focused on a type of qualitative research, case study design; observation was used as a technique and as an tool, the author made semi-structured interviews for the different actors of the university community. The validity of the content was guaranteed through the opinion of knowledgeable experts on the subject.

The results shown by the research identify that the competences that will allow the graphic design professional to use them appropriately to face the new market by 2030 are effective communication, self-learning, ethics, innovation, management in design, research and use of the media.

Keywords: Competence, generic competence, professional competence, specific competence, graphic design manager

INTRODUCCIÓN

Las competencias en el espacio académico son los objetivos primordiales en el aprendizaje de los futuros profesionales; consecuentemente, toda institución superior deberá atender esta demanda de manera justa de acuerdo a las circunstancias y a los tiempos en este mundo globalizado.

La formación en diseño gráfico a nivel internacional está en constante cambio y requiere un aprendizaje con experiencias de forma dinámica, por las propias características del mercado internacional. Por ello, es importante que el escenario peruano, se avizoren las competencias y habilidades que debe adquirir el egresado hacia el 2030.

En nuestro país, desde hace dos décadas, la profesión de diseñador gráfico ha ido en forma creciente y dio origen a nuevas instituciones de nivel universitario; en Lima, podemos encontrar hasta seis universidades que ofrecen esta carrera.

El objetivo general de la investigación fue analizar las competencias profesionales que demandan los estudiantes de la especialidad de Diseño Gráfico de una universidad privada para el año 2030.

Para realizar esta investigación se han realizado cuatro capítulos. En el capítulo 1, se presenta el planteamiento del problema, descripción del problema, formulación del problema, importancia y justificación del estudio, delimitación del estudio, así como el objetivo general y los objetivos específicos.

En el capítulo 2, se presenta el marco teórico, marco histórico, donde se manifiesta el origen de la problemática investigada. Se definen, asimismo, las categorías y subcategorías de estudio.

En el capítulo 3, se abordan los aspectos teóricos del estudio, con un enfoque cualitativo. Se muestran los aspectos de población y sus características; además de los criterios de inclusión.

En el capítulo 4, se muestran los resultados y la triangulación de los resultados obtenidos; el análisis de resultados donde se manifiesta la interpretación con otros autores.

Finalmente, se presentan los resultados y el análisis de los mismos; conclusiones, recomendaciones, referencias y los respectivos anexos que demanda la universidad Ricardo Palma.

CAPITULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema

Los continuos cambios en el sector educativo durante los gobiernos de turno hasta la década de los 80 del siglo pasado no han logrado consolidar una verdadera estrategia educativa moderna o actualizada. A pesar de que a partir de la firma del Acuerdo Nacional suscrito en el año 2000 durante el gobierno del Presidente Alejandro Toledo, se conviene destinar todos los esfuerzos económicos y pedagógicos para contribuir a la mejora de la calidad educativa, las universidades toman su accionar a partir de la declaración de la ley 30220, Ley Universitaria, y se someten al proceso nacional de Licenciamiento Institucional, el cual demanda una revisión exhaustiva de sus planes de estudio, ameritando en algunas de ellas, cambios sustanciales en la formación de futuros profesionales, capaces de afrontar el actual escenario; asociado al paradigma planteado por las tecnologías de la información y la comunicación, exige nuevas habilidades a los profesionales para que puedan responder a las necesidades del siglo XXI (Suárez, Almerich, Gargallo & Aliaga, 2013; Ertmer & Ottenbreit-Leftwich, 2010).

En ese sentido, las sociedades del conocimiento exigen la formación de personas con la capacidad de utilizar, seleccionar y actualizar el conocimiento en contextos específicos (Drucker, 1969; Bozu & Canto, 2009), pues el componente fundamental del desarrollo humano es el uso compartido y sostenible del conocimiento (López & Leal, 2002 en Ruiz, Martínez & Valladares, 2010), lo que va acorde a las necesidades generadas por las TIC.

Frente a este gran reto en la educación, la UNESCO (2005) señala que las instituciones de educación superior deben ser las encargadas de fomentar la construcción de nuevos conocimientos y la adquisición de mecanismos que permitan a los estudiantes ser autónomos en su proceso de aprendizaje. Sin embargo, existirían deficiencias en la formación que brinda la educación superior en el Perú. (SINEACE, 2012) Es preocupante la cantidad de profesionales

egresados de universidades de calidad académica cuestionable, lo que conlleva a considerar que una educación superior de calidad brindada en nuestro país es una meta compleja y lejana (Yamada, Castro, & Rivera, 2012). La Superintendencia Nacional de Educación Universitaria SUNEDU, en su informe del 2019, menciona que “los logros de una universidad se pueden asociar a una variedad de dimensiones que van desde la calidad de empleo de los egresados hasta la generación de conocimiento a través de la investigación e innovación, pasando por otras dimensiones tales como extensión universitaria y los resultados académicos del proceso formativo”. Además, a pesar de que más personas acceden a la educación superior universitaria, la calidad de los servicios educativos ha disminuido (Yamada & Castro, 2013; Yamada et al., 2013, citados en Lavado, Martínez & Yamada, 2014).

Para responder a las necesidades académicas a futuro, se hace necesario que las universidades replanteen sus esquemas en la formación de profesionales que demanden competencias con una mirada hacia el 2030.

Dentro de los procedimientos para la formación de profesionales, la calidad de la enseñanza y el contenido del diseño curricular es parte importante en el contexto de la Educación Superior. En ese sentido, la revisión y actualización de las mallas curriculares de las universidades suelen responder a las necesidades del entorno y a un análisis interno (Icarte, Labate, 2016), sobre los contenidos más adecuados para alcanzar el perfil de egreso idóneo. La Facultad de Arte y Diseño de una universidad privada de Lima, ha iniciado desde el año 2016 los procesos de autoevaluación, respondiendo a un proceso de acreditación. Como resultado del informe entregado por la agencia acreditadora Centro Interuniversitario de Desarrollo CINDA, en el proceso de evaluación que tuvo una duración de un año y luego el de acreditación, se detectó una serie de vacíos e irregularidades en la integración en las fases educativas de formación en la facultad de Arte y Diseño. Estos elementos no integradores descubrieron que las competencias no estaban alineadas entre los primeros ciclos de formación general y las propias especialidades que como resultado no fueron acreditadas (Diseño Gráfico y Diseño Industrial). Se recomendó realizar la actualización del plan de mejoras y una actualización de las competencias de estudios de cada una de las especialidades con

una visión futurista y que responda a las necesidades y exigencias de un mercado laboral.

Los egresados de la Facultad de Arte y Diseño poseen competencias valoradas por el propio mercado local y el mercado internacional; sin embargo, ¿cómo mejorar su formación sin atender con las cualidades que los hacen relevantes en el medio? Esta problemática es importante, pues genera un espacio para realizar un análisis crítico dentro de la propia universidad y de su propia malla curricular, con el objetivo de realizar cambios coherentes y sustentados que puedan responder a la pregunta realizada.

1.2 Formulación del problema

Ser diseñador gráfico implica el desarrollo de diversas competencias profesionales en un trabajo globalizado y que se desenvuelve en una sociedad cada vez más inter-conectada. Un diseñador gráfico no es el profesional que “dibuja bonito”; por el contrario, ser un profesional del diseño significa ser un comunicador visual, estratégico y conceptual. Así, la raíz esencial de un diseñador es la creatividad para dar soluciones tangibles a diversos problemas en la sociedad.

Así, podemos afirmar que existen cambios estructurales, sociales, educativos y del mercado actual e internacional, podríamos llamar a estos cambios y su crecimiento una evolución de la carrera de Diseño Gráfico, que en los años 80 y 90, fueron pocas las instituciones que impartían esta especialidad. Actualmente, en nuestro medio se presentan más de seis instituciones de nivel universitario y egresan no menos de 1000 nuevos diseñadores gráficos anualmente.

Esta realidad conllevaría a partir del presente estudio, a identificar competencias en la especialidad de Diseño Gráfico que puedan predecir el perfil del futuro diseñador gráfico al 2030. En el documento de la Dirección de Asuntos Académicos (DAA, 2016) y la propia universidad donde hacen referencia a las competencias genéricas y específicas de cada unidad o facultad se señala claramente, “Una propuesta de formación por competencias favorece el diseño de un ambiente de aprendizaje activo, el acompañamiento a lo largo del proceso y que los estudiantes desarrollen gradualmente cada vez más altos niveles de autonomía y responsabilidad frente a su propio aprendizaje” (p.11). Además, si bien se ha

señalado la importancia de la tecnología -y cursos donde se enseña a usarla-, también existen contenidos no tecnológicos que definen las competencias del futuro profesional en Diseño Gráfico.

1.2.1 Problema General

¿Cuáles son las competencias profesionales que demandarán los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de una universidad privada de Lima hacia el año 2030?

1.2.2 Problemas específicos

P.E.1: ¿Cuáles son las competencias genéricas que demandarán los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de una universidad privada de Lima hacia el 2030?

P.E.2: ¿Cuáles son las competencias específicas que demandarán los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de una universidad privada de Lima hacia el 2030?

P.E.3: ¿Cuáles son las competencias profesionales que demandarán los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de una universidad privada de Lima hacia el 2030?

1.3 Importancia y Justificación del Estudio

1.3.1 Importancia del estudio

La importancia del presente estudio implica diferentes conceptos en la enseñanza y aprendizaje y uno de ellos es identificar las competencias profesionales que demandan los alumnos de la especialidad de diseño gráfico y saber exactamente qué debemos proponer y cómo ver al futuro diseñador gráfico, después de realizar el estudio.

De la importancia de este estudio, podemos presentar retos de formulación en nuevas propuestas académicas. Y tal vez preguntarnos, ¿es necesario cambiar la malla curricular?, ¿esta malla nueva, la del 2030, será una malla flexible, latente en forma constante a los cambios? ¿Debemos centrarnos en el estudiante?, reconocer sus necesidades y también el no dejarnos llevar por la fuerza política.

¿Qué tipo de personas vamos a formar? Esta y muchas preguntas expresan la importancia de este estudio que, de acuerdo al perfil de nuestros egresados, estamos formando como profesionales con competencias activas y para la vida.

Sabemos que las competencias cumplen un rol importante en el desarrollo propio de cada uno de los estudiantes en el ser, en el saber y el saber ver. A esto podemos sumarle (Tobón, 2008) en un discurso en México, donde Sergio Tobón afirma que existen competencias fundamentales que no necesariamente deben de estar plasmadas en un papel; ya que deben estar en forma transversal a todas las competencias. Son competencias; el proyecto ético de vida, emprendimiento, gestión del conocimiento, desarrollo sustentable y la comunicación bilingüe.

1.3.2 **Justificación del estudio**

Hoy no es necesario justificar la metodología que se ha utilizado para desarrollar aprendizajes; se requieren profesionales con sólidos valores éticos y emprendedores contribuyendo en su quehacer profesional a la sociedad de forma inclusiva; es decir, integrar un trabajo más colaborativo en los estudiantes. Vale centrar un trabajo de desarrollo sostenido con un perfil de egresado acorde con las competencias que demanda el futuro que hemos planteado, hacia el 2030.

Realizar este estudio ha constituido identificar cómo se está realizando el trabajo académico a través de las competencias genéricas, específicas, profesionales y saber cómo están establecidas y constituidas las competencias para garantizar un perfil del egresado acorde al nuevo diseñador gráfico de una universidad con perspectivas al 2030. Además conocer si las articulaciones con el perfil de egreso responden a esta nueva sociedad que estamos afrontando, esta sociedad del nuevo conocimiento.

Como antecedente, se menciona que la autoevaluación realizada en el año 2016 en la facultad de arte y diseño, reveló debilidades tanto en el propio perfil del egresado y la no integración de competencias genéricas y específicas; asimismo, de las profesionales; por ello, en este estudio se pretende aportar soluciones, identificando los problemas en diferentes momentos académicos; con entrevistas a los propios alumnos, docentes y empleadores para que reafirmen o confirmen la importancia de las competencias de la especialidad y de la institución.

1.3.3 Justificación Teórica

Todo proyecto formativo busca el desarrollo de las competencias en tanto se trabajan estos aspectos claves mediante la resolución de problemas del contexto, la gestión del conocimiento y el trabajo colaborativo.

En este nuevo enfoque, en esta nueva búsqueda de soluciones está la sociedad. Los nuevos espacios, los nuevos requerimientos por el propio hecho de enfrentar una nueva época, necesitan de nuevas estrategias y las competencias deben ser modificadas. Esta sociedad demanda nuevas competencias como la resolución de problemas complejos, trabajo en equipo, pensamiento crítico, más creatividad y adaptabilidad (Gomendio, 2019).

Las competencias, desde la socioformación, son actuaciones integrales para identificar, interpretar, argumentar y resolver problemas del contexto con idoneidad, ética y mejoramiento continuo. Implican la articulación de saberes tales como el saber ser, el saber hacer, el saber conocer y el saber convivir (Tobón, 2013a, 2014b).

1.4 Delimitación del problema

- Delimitación espacial

El presente estudio de investigación se realizó en la facultad de arte y diseño de una universidad privada de Lima. Es parte de las 22 facultades y de las 48 carreras que ofrece la universidad. Esta especialidad tiene como antecedentes históricos que es una de las primeras en ser gestora de diseñadores gráficos en el Perú. Desde hace 37 años es gestora de nuevos profesionales en el Diseño Gráfico. La institución que acoge a esta disciplina es una de las primeras universidades del Perú.

- Delimitación temporal

La investigación se llevó a cabo entre los meses de abril a agosto del 2020.

- Delimitación Teórica

Esta investigación está centrada en las competencias genéricas propias de la universidad; específicas propias de la especialidad o unidad

académica y de la profesionalización, propias del entorno profesional y del mercado actual y del futuro diseñador gráfico.

La sociedad educativa demanda nuevas competencias, demanda nuevas formas de ver y de proponer nuevas competencias para la vida, competencias disciplinarias, fundamentales para el conocimiento (Tobón, 2014). A ello sumamos que las tecnologías están cambiando nuestra forma de trabajo y hay que prepararnos para ello. Nuevas competencias que identificarán el nuevo perfil del profesional, en una nueva sociedad del empleo.

1.5 Objetivos del estudio

1.5.1 Objetivo General

Analizar las competencias profesionales que demandan los estudiantes de la especialidad de Diseño Gráfico de una universidad privada para el año 2030.

1.5.2 Objetivos específicos

O.E. 1: Identificar las competencias genéricas que demandarán los estudiantes de diseño gráfico de una universidad privada de Lima para el año 2030.

O.E. 2: Identificar las competencias específicas que demandarán los estudiantes de diseño gráfico de una universidad privada de Lima para el año 2030.

O.E. 3: Seleccionar las competencias profesionales que demandarán los estudiantes de diseño gráfico de una universidad privada de Lima para el año 2030.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Marco Histórico

El diseño gráfico en el Perú nace desde las manifestaciones impresas e ilustraciones de los antiguos cronistas en el país (Sánchez, 2009).

En el Perú, la especialidad y profesionalización de lo que hoy se conoce como diseño gráfico se remonta a finales de los 60 e inicios de los 70, gestándose la carrera de diseño gráfico a partir de un curso, siendo la caligrafía uno de los primeros cursos formales en una escuela de arte y se dio en la Academia de Arte Católico fundada por el profesor Adolfo Winternitz, pintor y vitralista de Austria. Fue por el año 1945 donde se introdujo el curso de grabado como nueva disciplina artística que incluía el otro curso denominado caligrafía, iniciándose así el diseño gráfico en Perú.

A finales de los 70 e inicios de los 80, no existían muchos avances tecnológicos y estudiar diseño gráfico era atípico y poco conocido para la sociedad del momento. La única institución universitaria donde se dictaba esta carrera era la Pontificia Universidad Católica del Perú. Por esa época, el Diseño Gráfico a nivel mundial involucraba principalmente a la computadora como la herramienta tecnológica ideal para los diseñadores; pero ésta aún en nuestro contexto no hacía su aparición en el país sino hasta mediados de los 80 y principios de los 90 (Winternitz, 2013).

Por ello, comentar de diseño gráfico en el Perú, resulta una serie de acontecimientos que van de la mano con profesionales que llegan al Perú en diferentes momentos. “La “década prodigiosa” en la que confluyó un interesante grupo de artistas que recibieron la influencia de diseñadores suizos como Werner Stockli, André Bovey y Hans Bosshard, el francés Claude Dieterich y de peruanos como José Bracamonte”, así lo denomina Octavio Santa Cruz en su tesis doctoral.

En la historia del arte gráfico en el Perú fue el diseñador francés Claude Dieterich quien, como docente, da una de las primeras cátedras de diseño. Luego de su retiro de la institución universitaria, fue la profesora Inés Pardo quién continuó

impartiendo las clases de diseño en la misma universidad. Por ello, podemos afirmar que la institucionalización académica del diseño en el Perú nace en el fundo Pando en la Pontificia Universidad Católica del Perú y donde nacen una serie de diseñadores que trabajan y enseñan en diversas instituciones de nuestro país.

Es atendible realizar un análisis más ideológico de las formas, íconos, imágenes y logos empleados por los diseñadores en los años 60 y 70, y podemos afirmar que la escuela de la Bauhaus es una de las bases metodológicas que gran parte de los diseñadores dejaron cátedra de esta disciplina en el Perú, fueron formados con esta escuela nacida en Weimar - Alemania y ya cumplió sus 200 años.

Si se habla de arte gráfico no se debe dejar de lado a la impresión y su aparición en Europa como punto de inicio en esta travesía del diseño gráfico, para esta parte del mundo. Desde las primeras xilografías europeas donde aparecían vírgenes piadosas hasta los tipos móviles chinos y gracias a la tinta, esta disciplina creció generosamente en muchos espacios del orbe.

La tipografía es el gran avance de las comunicaciones en nuestro mundo globalizado y hay que sumar que en aquellos usuarios que no sabían leer; la ilustración fue uno de los grandes aportes (Castells, 2009).

Por ello, el libro ilustrado es otro claro ejemplo de las grandes etapas del crecimiento de las artes gráficas y del propio diseño, hoy conocido por todos, diseño gráfico.

El diseño gráfico se ubica en diferentes marcos históricos comunicacionales. Se ha mencionado que la aparición de la computadora fue un hito importante en la evolución o despegue de esta especialidad. Así, se refiere que en los años 60 y 70 no solo en el Perú se vivenciaron momentos de quiebre en el desarrollo tradicional de un producto gráfico sino también en toda América Latina donde ocurrieron cambios políticos, económicos y en las profesionalizaciones de diferentes carreras en esta parte del continente.

Habilidades, destrezas, arte innato, arte puro, ser creativo, y el ser artista encerraba a todos los egresados de esta facultad hasta finales de los 90 e inicios del presente siglo. El diseñador gráfico es un ser comunicador, como se mencionó líneas arriba. Estas características, habilidades y destrezas son cualidades y capacidades que exigió el siglo XX.

Es importante, entonces, identificar las competencias que asumirá el egresado de diseño gráfico con una mirada hacia el año 2030.

2.2 Investigaciones relacionadas con el tema

Existen algunas investigaciones relacionadas a las temáticas vistas en el presente estudio. Así, se identifican las siguientes investigaciones a nivel nacional e internacional.

(a) Antecedentes Nacionales:

El aporte de Sebastián (2015) tuvo como objetivo general, determinar la relación entre la gestión del conocimiento y competencia profesional de las Escuelas de la Facultad de Ingeniería de la Universidad César Vallejo-San Juan de Lurigancho, 2015. La población es de 170 docentes, la muestra fue no probabilística, en donde se ha empleado la variable: gestión del conocimiento y competencia profesional. El método empleado en el estudio fue el hipotético-deductivo. Esta investigación utilizó el diseño la correlacional de corte transversal, recogió la información en un período específico, que se desarrolló al aplicar los instrumentos: Cuestionario gestión del conocimiento, estuvo constituido por 30 preguntas en la escala de Likert (Nunca, Casi Nunca, A Veces, Casi Siempre, Siempre) y el Cuestionario en bases teóricas del competencia profesional, el cual estuvo constituido por 35 preguntas, sus respuestas están en Likert: Cuestionario-Índices (Nunca, Casi Nunca, A Veces, Casi Siempre, Siempre) que brindaron información acerca de la gestión del conocimiento y el competencia profesional, a través de la evaluación de sus distintas dimensiones, cuyos resultados se presentan gráfica y textualmente. El estudio concluye que existe evidencia para afirmar que la gestión del conocimiento y la competencia profesional de las Escuelas de la Facultad de Ingeniería De la Universidad César Vallejo-San Juan de Lurigancho 2015, siendo que el coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.713, represento una alta correlación entre las variables. Este estudio coadyuvó al autor del presente estudio a conceptualizar firmemente el proceso de construcción de una competencia profesional en estudiantes.

Candela (2016) en la investigación titulada como aprendizaje por competencias y la calidad de formación académica de los estudiantes de la carrera

profesional de diseño en los institutos tecnológicos de Lima Metropolitana 2016; determinó la relación que existió entre el aprendizaje por competencias y la calidad de formación académica de los estudiantes de diseño publicitario del V Ciclo en los Institutos de Educación Superior Tecnológico Pública de la jurisdicción de Lima Metropolitana, 2016. La tesis se encuentra fundamentada en el enfoque cuantitativo, de nivel relacional, y de diseño descriptivo-correlacional. La población la conforman todos los estudiantes del V Ciclo de la Carrera profesional de Diseño, siendo el acceso factible a la totalidad de la población, es por ello que la muestra es censal, cuyo número de sujetos asciende a 68 estudiantes. La información recabada de los elementos muestrales se realizó mediante la técnica de la encuesta y el cuestionario como instrumento, los cuales resultaron válidos en su contenido bajo opinión de expertos, y confiables donde el índice de fiabilidad fue superior al valor teórico establecido para instrumentos que miden percepciones. Dentro de sus principales conclusiones tenemos que existe una correlación positiva y alta (Rho de Spearman = .801) entre el aprendizaje por competencias y la calidad de formación académica de los estudiantes de la carrera profesional de diseño en los institutos de educación superior tecnológico público de Lima Metropolitana, en el año lectivo 2016. Por tanto, la hipótesis general ha sido corroborada. Su aporte enriqueció el marco teórico del presente estudio y determinó que una competencia se adquiere en el proceso de formación a partir de las estrategias innovadoras que proponga el docente.

Mesinas (2018), aporta a la construcción del nuevo conocimiento en un estudio que tuvo como objetivo analizar la percepción de los egresados de una carrera de ingeniería de sistemas sobre las competencias genéricas que les demandó su experiencia de inserción laboral. Se trató de una investigación cualitativa en la que se utilizó el método fenomenológico con el objeto de aproximarse a la experiencia de los egresados desde sus propias vivencias. Dada la naturaleza de la investigación, se trabajó con entrevistas en profundidad con un grupo reducido de informantes. Los resultados obtenidos permitieron conocer que el espacio laboral fue percibido por los informantes como exigente y complejo. El trabajo les presentó desafíos frente a los cuales se sintieron confiados de sus conocimientos técnicos, pero necesitaron del dominio de competencias genéricas para superarlos. Las competencias genéricas más demandadas fueron la comunicación, el trabajo en

equipo, el liderazgo, el autoaprendizaje y la resolución de problemas. Los resultados del estudio recomiendan a la universidad revisar su propuesta formativa, a fin de recuperar el enfoque por competencias que declaran en sus documentos oficiales, para brindar una formación integral. Asimismo, los resultados invitan a las universidades en general, a establecer canales de coordinación con el mundo del trabajo para conocer sus necesidades y proveer a sus egresados las competencias que requieren para insertarse exitosamente en él. Su contribución al presente estudio, clarificó el procedimiento de intervención en técnicas cualitativas e instrumentos.

Valdiviezo, (2020) realizó una investigación cuyo objetivo estuvo centrado en recoger posiciones teóricas de autores que trabajaron y propuesto temas en función a la estrategia didáctica para desarrollar la competencia creativa en estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de una universidad privada de Lima. Los fundamentos teóricos expuestos en este proyecto de investigación permiten una acción reflexiva en el desarrollo y el quehacer del docente direccionadas a las prácticas educacionales. Esta aseveración es constatada con el trabajo de campo y las observaciones extraídas de un proceso de investigación que se realizará durante el periodo de 12 meses, en el cual se han identificado indicadores de medición variables. También se ha propuesto, dentro del análisis y resultados, nuevas formas de enseñanza que permitirán transformar, evaluar los cambios y aplicar nuevos saberes pedagógicos apropiados para los estudiantes. La metodología de esta investigación es cualitativa de tipo aplicada y se desarrolla dentro de un paradigma sociocrítico interpretativo. La muestra de la investigación se realizó por medio de un muestreo no probabilístico por conveniencia y está compuesta por 20 estudiantes y 5 docentes de la carrera de Diseño Gráfico de una universidad privada de Lima. El levantamiento de información tuvo lugar dentro de la misma institución educativa para lo cual se aplicó la técnica de observación, entrevista a los docentes y encuesta a los estudiantes. Los instrumentos utilizados fueron la guía de observación a clase y cuestionario, para evidenciar el proceso de enseñanza aprendizaje e identificar la situación real y el verdadero problema de este proyecto. El resultado fue un proceso satisfactorio de formación en los estudiantes y docentes que permitirá una nueva planificación y acción para cualquier entidad educativa profesional. La contribución de Valdivieso (2020) orientó el procedimiento

metodológico del presente estudio y se rescató el constructo en función a las competencias creativas asociadas al diseño gráfico.

(b) Antecedentes Internacionales

Biggio, Vásquez y García (2015) aportaron a la ciencia con el estudio “Deserción en estudiantes de nuevo ingreso a carreras de diseño. El caso de la universidad de Buenos Aires, Argentina”. El estudio se orientó a identificar factores asociados a la deserción de estudiantes de Diseño Gráfico. Se identificó que los factores relevantes para la deserción fueron nivel de competencia espacial –al iniciar el semestre-, rendimiento del primer semestre, y variables relacionadas a los estilos de aprendizaje. Los autores sugieren algunas reflexiones sobre modificaciones en el plano pedagógico, donde se sugiere orientar la práctica docente a las necesidades y estilos de aprendizaje de los estudiantes.

Resulta valioso para este estudio el aporte de este antecedente porque los factores asociados a la deserción encontrados por los autores, que implica el nivel de competencia espacial constituye una habilidad básica y necesaria que sirve de base para el desarrollo de la autoeficacia en el aprendizaje; aspectos hallados en este estudio y que sirven de base para la toma de decisiones en un cambio curricular a futuro.

Icarte y Labate (2016) desarrollaron un estudio denominado “Metodología para la Revisión y Actualización de un Diseño Curricular de una Carrera Universitaria Incorporando Conceptos de Aprendizaje Basado en Competencias”. El estudio se centra en revisar el diseño curricular de una carrera universitaria. Para ello, se identifican cinco etapas para dicha revisión: (i) procesamiento pedagógico de las competencias establecidas en el perfil; (ii) elaboración de una secuencia de progresión de las competencias; (iii) análisis sobre el aporte de las asignaturas al desarrollo de las competencias; (iv) actualización de los programas y de la malla curricular; y (v) producción de pruebas de logros. A partir de dicha revisión, se recolectó información relevante del diseño curricular, lo que permitió realizar modificaciones en la metodología y materiales de enseñanza, aportes que sirvieron al autor del presente estudio a identificar con claridad el procedimiento para la elaboración de un perfil del egresado como referente conceptual y relacionarlo con los hallazgos.

Sepúlveda (2018) desarrolló una tesis titulada “Las TIC como potenciadoras de la evaluación por competencias en el programa de Diseño Gráfico”, el cual se adelantó en el proceso de formación superior en la Maestría en Educación del énfasis ambientes de aprendizaje mediados por TIC, de la Universidad Pontificia Bolivariana (Cohorte 14), el cual contiene los hallazgos y resultados bajo la metodología de investigación cualitativa de tipo descriptivo-explicativo, con el objetivo de evidenciar la relación entre la evaluación por competencias y la mediación tecnológica. Para esta investigación, se plantearon tres objetivos específicos que orientaron todos los procesos preliminares a lo largo de la indagación y la obtención de los datos relevantes sobre las competencias, la evaluación y la mediación TIC con sus respectivos componentes, para consolidar las explicaciones de las relaciones entre éstos desde el marco conceptual, a la vez que se identificaron las situaciones de uso y los efectos de la mediación TIC en el ambiente de aprendizaje, desde la retroalimentación de los resultados de la heteroevaluación, la co-evaluación y la auto-evaluación, a la luz de la autonomía, la interacción y la colaboración.

Murcia (2015) aporta al conocimiento mediante un estudio centrado en el análisis sobre las competencias investigativas que deben adquirir los estudiantes de educación superior en los programas técnicos, profesionales y las estrategias didácticas a utilizar para fortalecerlas e incentivar la cultura investigativa de manera que contribuyan con el desarrollo económico, social y tecnológico de su entorno. Asimismo, se presenta una propuesta didáctica, para que los estudiantes desarrollen y fortalezcan las competencias con cada una de sus fases, que se presentan en el desarrollo del trabajo, un análisis de percepción de los estudiantes sobre investigar en el Centro de investigación, docencia y consultoría administración, F-CIDCA, la participación que tienen, cómo lo trabaja la institución y qué conocen sobre los docentes en esta área. También se hace la revisión teórica sobre formación investigativa desde la UNESCO y la importancia en la educación, lo que en Colombia se maneja como normatividad, hasta la opinión que tienen especialistas sobre procesos pedagógicos para la enseñanza-aprendizaje. De igual forma, se tiene en cuenta dentro del marco de referencia, la descripción del modelo pedagógico constructivista, modelo que emplea la institución, puesto que es importante conocerlo para entender la articulación entre competencia, estrategia y recurso

didáctico, para que se orienten hacia al objetivo del programa al que el estudiante se vincula.

Ulloa (2017) aporta desde el Ecuador presentando la problemática del diseñador gráfico quien enfrenta a una gran variedad de competencias laborales, las mismas que deben ser desarrolladas de manera efectiva por el profesional del diseño. Todo esto para que el público o principalmente las empresas se informen acerca de: la importancia de comunicación mediante un diseñador y finalmente se pueda crear un valor comercial empresarial. El presente trabajo de investigación surge de la búsqueda de las competencias laborales, con las que un diseñador gráfico cuenta al momento de desarrollar los proyectos dentro de una empresa; aplicando todas sus habilidades para que de esta manera todos los proyectos tengan validez y comuniquen de manera efectiva. Debido a que el estudio realizado no requiere el diseño de un prototipo final, se aporta a la investigación mediante el desarrollo de una propuesta que comprende una producción audiovisual animada. El producto final de la investigación se desarrolla bajo conceptos técnicos y teóricos de diseño, estos necesarios para elaborar la producción audiovisual animada. El material audiovisual gráfico se posteará en internet para su reproducción en redes sociales más utilizadas por los usuarios, tomando en consideración que estamos en un mundo globalizado. Además, en pleno siglo XXI se obtiene el mayor provecho de las TICs para la comunicación a corta y larga distancia con los beneficiarios de este estudio. La importancia de esta investigación es notable, pues se constituirá en un aporte significativo para el desarrollo de proyectos, tanto educativos, como empresariales. Y así el trabajo del diseñador tendrá valor y reconocimiento. Este significativo aporte ha permitido enriquecer la estructura teórica y comprender desde las respuestas de los actores del estudio realizado las competencias que requieren los diseñadores gráficos en el Perú.

2.3 Estructura teórica y científica que sustenta el estudio

2.3.1 Origen y evolución del término competencia

La palabra “competencia” viene del latín cum y petere “capacidad de concurrir, coincidir en la dirección” (Rial). En el siglo XV competer (cum / petere) adquiere el significado de “pertenecer a”, “incumbir”, “corresponder a”, constituyendo de esta manera el sustantivo “competencia” y el adjetivo “competente”, cuya

definición correspondería a la de ser “apto o adecuado”. Sin embargo, poco tiempo después se le adjunta un nuevo significado al término *competeter*, uno con sentido de “pugnar, rivalizar, contender con” dando origen a sustantivos como “competición, competencia, competidor, competitividad, competitivo”.

En 1992 el Centro de pensamiento en estrategias competitivas define la competencia como un sistema de conocimientos conceptuales y procedurales, organizados en esquemas operatorios, que permiten la identificación de una situación-problema, al interior de una familia de situaciones, y su resolución eficaz (Méndez, 2009).

Tobón (2011) define como: Procesos complejos que las personas ponen en acción actuación-creación, para resolver problemas y realizar actividades (de la vida cotidiana y del contexto laboral profesional), aportando a la construcción y transformación de la realidad, para lo cual integran el saber ser (automotivación, iniciativa y trabajo colaborativo con otros), el saber conocer (observar, explicar, comprender y analizar) y el saber hacer (desempeño basado en procedimientos y estrategias), teniendo en cuenta los requerimientos específicos del entorno, las necesidades personales y los procesos de incertidumbre, con autonomía intelectual, conciencia crítica, creatividad y espíritu de reto, asumiendo las consecuencias de los actos y buscando el bienestar humano.

2.3.2 Enfoque teórico y científico de las competencias

2.3.2.1 Formación profesional del Diseño Gráfico por competencias.

Desde el año 2006 al 2011 se estableció una diversidad de cambios en la universidad; las competencias generales en la universidad eran once (11), para ese momento se formularon los niveles de logro por competencias en la especialidad de diseño gráfico en la facultad. Se organizó en competencias generales y específicas. La universidad hacia el otro año cambió y reestructuró las competencias genéricas a solo siete.

Fue en esos años que el perfil de egresado se planteó de la siguiente manera: una formación humanista, artística y tecnológica, capaz de planificar, sustentar y realizar un diseño adecuado al mercado y la cultura, con capacidad previsoras e innovadora, y con la finalidad de cumplir desempeños como: diseñar productos gráficos para los diversos campos de la comunicación visual, audiovisual

y multimedia; crear proyectos y campañas de comunicación comercial, sociocultural y política, artística y educativa; experimentar lenguajes, medios y estrategias de arte gráfico; diseñar y controlar el proceso de producción (impresa y digital).

De las competencias generales que ya estaban establecidas en la universidad solo se tomaron cuatro generales y cuatro específicas de la especialidad. **Las competencias generales** son: **laborales** (capacidad de integrarse en el entorno profesional de manera asertiva, emprendedora y con un buen manejo de la gestión laboral), de **investigación** (capacidad de investigar para documentarse y realizar proyectos respetando la propiedad intelectual), de **autogestión** (conciencia de su desempeño y de buscar permanentemente la superación profesional y personal) y de **responsabilidad social** (considera en sus proyectos su responsabilidad social ante la comunidad). **Sus competencias específicas** se desarrollan en torno a los núcleos de **interacción con el contexto** (construir imágenes y proyectos gráficos tomando en cuenta la situación de comunicación, el mercado, la cultura de la comunidad y la historia del arte y del diseño), **usabilidad, comunicación y tecnología** (considerar la usabilidad -eficacia del diseño para el usuario- e integrar sus conocimientos de técnicas y lenguajes gráficos en el diseño, así como escoger, realizar, evaluar y dirigir el proceso técnico), **conceptos y proyectos** (construir ideas y conceptos para llegar a soluciones eficaces de diseño ejerciendo la teoría de la comunicación, el análisis semiótico, basándose en fundamentos visuales y en un amplio panorama de conocimientos de cultura, sociedad y mercado) y **lenguaje gráfico** (emplear de manera original el lenguaje gráfico para propósitos específicos del diseño), (Informe de acreditación 2016. Facultad de Arte y Diseño. p16)

2.3.2.2 Componentes de las competencias vinculadas a la formación profesional de Diseño Gráfico.

Los planteamientos de las competencias en la formación profesional del diseñador gráfico deben estar reflejados en el plan curricular vigente y deben interrelacionarse de manera óptima, considerando las propias competencias de cada ciclo, como también las competencias que se establecen en diferentes ciclos. De la misma forma con las competencias específicas, esto permite una mejor

planificación de la propia formación profesional. La actual malla curricular responde a los cambios que se realizaron en el 2011 y es importante una nueva propuesta curricular por competencias.

Competencias Genéricas: Cuando se mencionó competencias genéricas se proponen actitudes, valores y habilidades que están relacionadas entre ellas, permitiendo un desempeño óptimo, satisfactorio de las personas que desean conseguir metas colaborativas o personales. La universidad afirma que el modelo educativo establece su compromiso con la formación de todo estudiante a través de un conjunto de competencias genéricas y transversales a todas las disciplinas y reflejan el “sello” que caracteriza a cada estudiante que pasa por las aulas. Es por ello que deben trabajarse a lo largo de toda la formación. A partir del año 2011 la universidad incluye 11 competencias generales en el modelo educativo oficial. Hoy estas se han reagrupado, integrado y definido en siete competencias genéricas y además dos requisitos de egreso.

Aprendizaje autónomo, Ética y ciudadanía, Comunicación eficaz.

1.- **Aprendizaje autónomo:** gestiona su proceso de aprendizaje de manera autónoma y permanente.

En esta competencia el alumno no solo va a aprender a dar soluciones a los problemas académicos, debe ser también capaz de cuestionar y planificar. Se trata de un aprendizaje a lo largo de la vida; esto le permitirá formar parte del espacio laboral y/o del propio mercado.

Juliá (2016) para el desarrollo de la competencia de aprendizaje autónomo, el docente universitario debe fomentar que los estudiantes actúen por sí mismos considerando sus propias necesidades de aprendizaje. Implica desarrollar habilidades para localizar, evaluar, gestionar y sintetizar la información que permitan afrontar con éxito los cambios de la sociedad del conocimiento.

2.- **Ética y ciudadanía:** actúa con responsabilidad ética y ciudadana, reconociendo y respetando la diversidad, la autonomía y la dignidad de los demás.

La ética y la ciudadanía están enmarcados en los valores de todas las personas. Valores adquiridos en su propio entorno, pero también aprendidos en la formación académica o universitaria.

“Un ciudadano sin educación ni valores, sin una cultura básica sobre política y ética, vive sumergido en la ignorancia que lo aleja de la participación activa aunque tiene, paradójicamente, una sensación de libertad y felicidad. Lo contrario a una ciudadanía esclavizada es un ciudadanía libre, la cual surge de la educación, del buen razonamiento y del pensamiento crítico. Una sociedad con conocimiento, con mayor conciencia, puede satisfacer mejor sus necesidades. Para ello se precisa de una ética para la ciudadanía”. (Bautista, 2013)

3.- **Comunicación eficaz:** comunica eficazmente ideas con claridad, coherencia y consistencia, usando un lenguaje formal, oral o escrito. El alumno es autónomo y se comunica de manera eficaz, cuando comparte y a su vez intercambia información. Podemos entonces hablar de la autonomía en la comunicación. Todo esto demuestra que el alumno o individuo debe investigar y cuando comunica sus saberes o aprendizajes lo hace de manera efectiva y correcta en el debido momento de la comunicación.

La competencia comunicativa es un conjunto de conocimientos (socio) lingüísticos y de habilidades textuales y comunicativas que se van adquiriendo a lo largo del proceso de socialización de las personas (dentro y fuera de la escuela). Al aprender a hablar una lengua no solo aprendemos a utilizar la gramática de esa lengua sino también el modo más adecuado de usarla según las características de la situación de comunicación y de los interlocutores, según los fines que cada uno persiga en el intercambio comunicativo, según el tono (formal o informal) de la interacción, según el canal utilizado (oral, escrito, formas no verbales como los gestos...) según el género discursivo (conversación espontánea, entrevista, exposición, narración, descripción, argumentación...) y según las normas que rigen el tipo de situación comunicativa de la que se trate. (Lomas, 2010)

Competencias Específicas: Actualmente en la especialidad de Diseño Gráfico se establecieron cuatro competencias específicas. Comunicación eficaz, Aprendizaje autónomo, Investigación, Ética y ciudadanía, Gestión en proyectos de Diseño Gráfico.

Investigación: investiga de manera crítica, reflexiva y creativa, y presenta formalmente sus resultados.

Se pretende que todo estudiante desarrolle una disposición permanente hacia la investigación. Cuando el alumno investiga, identifica un tema de estudio, lo delimita y lo problematiza, entonces podemos decir que el alumno está en camino de la búsqueda con fuentes o referentes y puede construir medios de representación claros.

Sobre estas diversas formas, Healey y Jenkins (2009) identifican cuatro aspectos comunes que se buscan desarrollar en los estudiantes. En primer lugar, el estudiante explora una base de conocimientos aprendiendo las formas de investigar. En segundo lugar, es importante saber cómo aplicar estas metodologías. En tercer lugar, debe de realizar una adecuada correlación de las preguntas y las formas de investigación. Finalmente, es importante que produzcan conocimiento y que las difundan.

Gestión en proyectos de Diseño Gráfico: El diseñador gráfico gestionará proyectos interdisciplinarios y multidisciplinarios de manera colaborativa para dar solución a distintos problemas a través del diseño, además siendo conscientes del impacto que pueda generar, organizando estrategias de funcionamiento en un plan desarrollado creativamente.

Para este plan de formación del futuro diseñador gestor de proyectos en diseño; este debe tener cualidades como:

- Visión global del proyecto
- Implementación
- Planificación y organización
- Pensamiento orientado a la resolución de problemas

- Trabajo en equipo
- Toma de decisiones
- Iniciativa y creatividad
- Conciliador

Competencias profesionales: En esta investigación se evidencia las diferentes competencias generales y específicas que el diseñador gráfico debe de contener, para su propia especialidad. La especialización en el diseñador gráfico marca competencias laborales que necesita el profesional en diseño gráfico, competencias laborales que permiten definir la dirección estratégica que indica la evolución del profesional en el diseño gráfico.

Estos procesos de competencias adquiridas en su formación recaen en la especialización.

Innovación en el diseño gráfico, permite desarrollar estrategias para la solución de problemas y diferentes situaciones relacionadas en un contexto social o institucional. Asimismo, el diseñador gráfico sistematiza experiencias a partir de tendencias en el diseño actual y global, usando nuevas metodologías y teorías.

La creatividad y la innovación son competencias imprescindibles en todo profesional del diseñador gráfico, por lo tanto deben de ser desarrolladas y reforzadas en la formación obteniendo profesionales innovadores.

Es misión de las universidades formar profesionales innovadores y creativos proporcionando espacios de aprendizaje, adquiriendo nuevas habilidades floreciendo la creatividad. (Arteaga, Pérez, Luna 2015)

Medios Digitales. El uso de herramientas digitales va a evidenciar la constante actualización del profesional en diseño gráfico y ello garantizará una buena práctica profesional hacia el 2030. Estamos frente a las competencias digitales, las cuales responden el adquirir y dominar las habilidades digitales y ello

es una garantía importante que demuestra la capacidad de adaptación que van a tener los egresados.

Estamos frente a un fuerte y creciente mercado tecnológico, que afecta a alumnos y docentes y con tendencias que van cambiando en forma acelerada. Un creciente entorno de redes sociales, aprendizajes online, la educación basados en data y soportes digitalizados libres, que ya están necesitando profesionales de todos los niveles con formación en lenguajes de programación. (Tejada, 2016)

2.4 Definición de términos básicos.

- **Formación General.** Es un espacio de estudio que se puede reconocer como Estudios Generales Arte y Diseño. Comprenden cuatro ciclos (dos primeros años). (DAA - PUCP 2018)
- **Curso de formación General.** En este estudio, se quiere identificar la influencia que han tenido los cursos de Formación General en los cursos de la especialidad. En ese sentido, se entiende Formación General como los dos primeros años de la formación académica de los estudiantes de Diseño Gráfico, donde no existen cursos específicos para la formación en Diseño Gráfico, sino que son cursos teóricos y prácticos orientados a la formación artística. En esta etapa, existe un sesgo marcado hacia cursos de artes plásticas. Solo existe el curso de Introducción al Diseño Gráfico como curso representativo en este nivel de formación. (Para este estudio, se tendrá en cuenta particularmente las notas de Introducción al Diseño Gráfico, curso ubicado en el cuarto ciclo de FG). (DAA - PUCP 2018)
- **Cursos de especialidad.** Aquellos ubicados desde el quinto ciclo académico y que son regulares y obligatorios en el noveno y décimo ciclo de estudios. (DAA PUCP, 2018).
- **Competencias:** Representan una combinación dinámica de conocimientos, habilidades, capacidades y valores. La promoción de estas competencias es el objeto del programa educativo. Cobran forma en varias unidades de curso y son evaluadas en diferentes etapas. Y las obtiene el estudiante (Tuning, 2013).

- **Competencias genéricas:** Son habilidades, destrezas, actitudes y conocimientos transversales que son requeridas por todas las áreas académicas en una institución educativa. Estas son metodologías activas enfocadas directamente hacia los estudiantes y su desarrollo. Las competencias genéricas que se han establecido la universidad privada para el estudio, fue como resultado elaborado desde el año 2013 y en su última revisión del año 2016. (DAA PUCP, 2016).
- **Competencias Específicas.** Adquiridas en la especialización profesional. Necesarias para controlar conocimientos y para aplicar, desarrollar, manejar un área específica. (DAA PUCP, 2018).
- **Competencias especializadas.** Son aquellas relacionadas directamente con las actividades en el campo laboral acorde con las exigencias del contexto que implica directamente conocer y aplicar las competencias. (DAA PUCP, 2018).
- **Competencia profesional:** Conjunto de conocimientos y capacidades que se ponen en práctica, de forma integrada, permitiendo el ejercicio de la actividad profesional conforme a las exigencias de la producción y el empleo. Un profesional es competente cuando su práctica profesional da respuesta a diferentes contextos y situaciones de trabajo de forma adecuada. (DAA PUCP, 2018).

2.5 Categoría (definición y operacionalización de categoría, subcategoría e índices)

Tabla 1: Tabla de categorización

Categoría principal	Subcategorías	Índices
Competencia profesional	SC ₁ : Competencias Genéricas	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación eficaz • Aprendizaje autónomo • Ética y ciudadanía
	SC ₂ : Competencias Específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación • Gestión en proyectos de Diseño Gráfico
	SC ₃ : Competencias Especializadas	<ul style="list-style-type: none"> • Innovación en Diseño Gráfico • Manejo de medios digitales

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo, método y diseño de la investigación

3.1.1 Tipo de la investigación

La investigación se desarrolló bajo el enfoque cualitativo la cual comprende un conjunto de posiciones teóricas con estudios dirigidos hacia una fenomenología, con métodos de datos, entre las entrevistas y un análisis de contenido. Asimismo, realiza descripciones de distintas situaciones sociales, ente ellos los grupos de discusión, observación del o de los participantes, registro de interacciones y un análisis respectivo. Según Flick (2015), la investigación cualitativa no se basa en un programa teórico singular, sino que utiliza varios marcos teóricos. Sin embargo, la distinción entre el positivismo y el constructivismo subyace al debate epistemológico de la investigación cualitativa de un modo muy extendido.

Seleccionar en el enfoque o tipo cualitativo, cuando el propósito es examinar la forma en que ciertos individuos perciben y experimentan fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados (Lindlof y Taylor, 2018; Punch, 2014, Lichtman, 2013, Morse, 2012, Encyclopedia of Educational Psychology, 2008), constituye una de las premisas para analizar el fenómeno.

Dimensiones del estudio cualitativo:

Cuadro 1: Adaptación (Guardián Fernández). El paradigma cualitativo en la investigación Socio Educativa.

Dimensiones	Interpretativo cualitativo -
Fundamentos	Fenomenología, teoría interpretativa
Naturaleza de la realidad	Dinámica, múltiple, holística, construida, divergente, contextualizada.
Finalidad de la investigación	Comprender explicar interpretar la realidad, los significados de las personas percepciones, intenciones, acciones.
Diseño	Flexible, envolvente, emergente
Propósito	Profundización. Limitada por el espacio y tiempo. Hipótesis de trabajo / supuestos teóricos. Afirmaciones ideográficas. Inductiva – Cualitativa. Centrada en las diferencias
Valores	Valores dados influyen en la selección del problema, teoría, método y análisis.
Teoría y práctica	Relacionadas, retroalimentación mutua

Criterios de calidad	Credibilidad, confirmación transferibilidad.
Técnicas e instrumentos estrategias	Cualitativos. Investigador/a principal instrumento. Perspectiva de los participantes
Análisis de datos	Cualitativo: inducción analítica, triangulación.

3.1.2 Método de la investigación

Afirmaciones ideográficas. Inductiva – Cualitativa. Centrada en las diferencias

El método utilizado fue el inductivo – deductivo porque indagó las competencias que se avizoran al 2030 respecto al profesional de diseño gráficos en un conjunto de actores de la comunidad universitaria. Luego, se aplicó el método deductivo e inductivo porque a partir de las respuestas, el autor del presente estudio codificó, categorizó e interpretó los resultados.

Los hechos sociales permiten entender que es prioritario concebir las realidades como una dinámica de factores que integran una totalidad organizada, interactuante y sistémica, cuyo estudio y comprensión requiere la captación de esta estructura dinámica interna que la define, precisando el empleo de una metodología cualitativa estructural. (Martínez, 1994)

3.2 Diseño de la investigación

Toda investigación cualitativa implica una constante articulación entre cada una de sus partes, así como podemos afirmar que toda información queda viva, para ser interrelacionada, por ello la flexibilidad en el propio contexto. Esto favorece además en un planteamiento nuevo de instrumentos; siendo que las respuestas o recojo de información están en plena evolución e invitan a realizar comparaciones en forma constante. Estos son atributos en un estudio cualitativo y su relación constante con opciones para el análisis.

Consecuentemente, se trabajó un estudio de caso; el cual tiene una gran ventaja por su flexibilidad y su accesibilidad. Constituye un proceso de indagación focalizado en la descripción y examen detallado, comprensivo, sistemático, en profundidad de un caso definido, sea un hecho, fenómeno, acontecimiento o situación particular. El análisis incorpora el contexto (temporo-espacial, económico, político, legal), lo que permite una mayor comprensión de su complejidad y, por lo tanto, el mayor aprendizaje del caso particular. (Duran, 2012). De otra parte, constituye estudio de caso por la buena práctica de gestión institucional que realiza la institución objeto de estudio, considerando además su posicionamiento privilegiado en la sociedad peruana.

3.3 Escenario de estudio

La población estuvo constituida por estudiantes del 5to año de la especialidad de Diseño Gráfico de Facultad de Arte y Diseño que reflejen buen rendimiento académico; egresados exitosos de la promoción 2017 que tienen buenas prácticas laborales en Diseño Gráfico, al director de la escuela profesional; y empleadores vinculados con la carrera profesional en la universidad.

3.3.1 Muestra

Las selecciones de elementos alimentan a esta investigación para dar respuesta a la relación centrada en lo cualitativo, además otorga herramientas entre la teoría y la práctica, entre los conceptos y las entrevistas.

La muestra fue de tipo intencional, con criterios específicos (Flick, 2007) y comprendida por:

- Criterios de inclusión

- Dos (2) estudiantes del último año de la especialidad, que estuvieron comprendidos en el año correspondiente a su ingreso y obtuvieron buen rendimiento académico (nota promedio 17).
- Dos (2) egresados, ubicados laboralmente en una empresa directamente relacionada con el diseño gráfico y que poseen buenas prácticas laborales, según reporte de la empresa.

- Dos (2) docentes, quienes conforman el cuerpo docente, mínimo cinco años en la especialidad, como profesor ordinario, reportado por el director de la escuela profesional.
- El director o decano de la facultad de arte y diseño en ejercicio laboral.
- Dos (2) empleadores vinculados directamente con la escuela profesional que forman parte del consejo consultor externo.

- **Criterios de exclusión**

El género no es sinónimo de exclusión en esta investigación. Por ello la exclusión va directamente relacionada con la propia formación de cada uno de los alumnos.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de información para el presente estudio es conveniente indicar que todo lo obtenido en la recolección de información permitió comprender el problema a resolver. Se desarrolló con actores del mismo espacio educativo y profesional aplicando medios virtuales, es posible analizar y realizar las entrevistas a la muestra seleccionada, conociendo sus puntos de vista, interpretando sus experiencias con el propósito de entender en profundidad el estudio. La recolección de la información otorgó al estudio qué información o datos encerraron y esto aportó a generar teorías en la propia realidad del problema identificado. Consecuentemente, la técnica a utilizar fue la observación; la observación en la investigación cualitativa otorga un recojo directo de la información viva y de naturaleza única. El grupo humano observado representa un conjunto de actores que continuamente vivifican su estado en el espacio académico con valores arraigados y costumbres que es importante abordar de forma original. Además de las competencias de hablar y escuchar que se utilizan en las entrevistas, observar es otra destreza de la vida cotidiana que se sistematiza metodológicamente y aplica en la investigación cualitativa. Se integran no sólo las percepciones visuales, sino también las basadas en la audición, el tacto y el olfato (Citado en Flick, 2012, pág. 150) y el **instrumento fue la entrevista** en profundidad, la cual es sumamente relevante y dada la importancia en la propia exploración del tema a investigar. La apertura de las preguntas da mucho más que la información requerida, es la

información viva o de forma abierta. La entrevista cualitativa permite la recopilación de información detallada en vista de que la persona que informa comparte oralmente con el investigador aquello concerniente a un tema específico o evento acaecido en su vida, como lo dicen Fontana y Frey (2005).

Se diseñaron y aplicaron cinco entrevistas; dirigidas a cada uno de los grupos de actores para el estudio: alumnos, egresados, docentes, empleadores y una autoridad (Decano), considerando las siguientes sub categorías:

Cuadro 2: Categorías, subcategorías

Categoría principal	Sub categorías	Número de preguntas
Competencias genéricas	Comunicación Eficaz	1
	Aprendizaje autónomo	1
	Ética y ciudadanía	1
Competencias específicas	Investigación	1
	Gestion en proyectos de Diseño Gráfico	1
Competencias especializadas	Innovación en Diseño Gráfico	1
	Manejo de medios digitales	1
	Total de preguntas	7

Fuente: elaboración propia

La elaboración de instrumentos. diseñada de acuerdo al perfil del grupo entrevistado. Estas preguntas fueron abiertas con el enfoque inicial de la problemática del estudio. Otro de los recursos utilizados en este momento no solo fue el recojo de material virtual, sino las entrevistas de manera digitalizada, con herramientas tipo Zoom, el mismo que otorgó un acercamiento auditivo y visual; se grabaron las entrevistas, previa autorización del entrevistado.

La consulta a expertos. Fue importante en la validación de cada uno de los instrumentos y de las preguntas y su estructura y claridad del lenguaje, para dar el enfoque real y vivencial. Esta recopilación de información se transcribió de forma

digitalizada para realizar luego las comparaciones e interrelacionar las respuestas. Se adjunta a la tesis la validación de los tres especialistas en el tema quienes dieron su conformidad.

3.5 Descripción de procedimientos de análisis

Para el procedimiento en el proceso de investigación se realizó la siguiente ruta.

- **Recolección de datos**

La recolección de datos en esta investigación es de carácter exploratorio, para ello se realizaron entrevistas; la recolección de datos cualitativos permitió obtener nuevas ideas, razonamientos; fue indagatorio con preguntas abiertas y confiables a través de la plataforma zoom en espacios grabados previo consentimiento informado de los actores.

Las técnicas de recopilación de datos de la investigación cualitativa se codificaron y agruparon categorías, basadas respectivamente en la observación directa, las entrevistas a profundidad y el uso de documentos, que pueden remitirse a tres acciones básicas que el hombre utiliza para analizar la realidad social que lo rodea: observar, preguntar y leer (Corbetta, 2010).

- **Almacenamiento de datos en matrices**

En esta investigación el almacenamiento todo se realizó en formato digital. Todo debido al distanciamiento que estamos viviendo por la pandemia y las entrevistas se realizaron en una plataforma de video digitalizado (Zoom), plataforma digital que permitió recoger la información de todos los actores.

Un espacio digital de almacenamiento, el Google Drive, espacio vital en este estudio por su flexibilidad en el trabajo, donde se colocaron los nuevos archivos de las entrevistas.

- **Tratamiento de datos**

Esta etapa es importante ya que luego de la experiencia de interacción con cada uno de los actores se tuvo que analizar lo recogido de

cada entrevista y organizarlas en jerarquías. Desde la recolección de la información ya se tenía la idea del volumen de respuestas y se tuvo que planificar la siguiente etapa.

- Transcripción de las entrevistas realizadas y datos de los diseños de planeamiento curricular.

La grabación o transcripción de todos los contenidos de las entrevistas fue una ardua labor, por el mismo hecho de que una persona no habla como escribe, hay que redactar lo verbal y ello implicó un tiempo prolongado. Todo se transcribió en formato digital Word. La información dio sentido a los datos recolectados, captando su significado.

- Análisis de contenido

El análisis de datos en toda investigación cualitativa otorga la opción de que se encuentren nuevas categorías y nuevos temas que al final conforman una nueva teoría.

Puede llegar a ser una actividad compleja ya que existen muchas formas para realizarlo, la variedad es tanta que cada investigador tiene su propio método, muchas veces basado en su intuición y experiencia. Por ello se realizó una exploración mecánica que resultó importante por los hallazgos y el programa Atlas.ti, que dio algunos resultados; en cuanto a la parte sensible de las entrevistas y de los propios actores decidí realizar el análisis de forma mecánica.

Para este análisis se trabajó con una plantilla estructurada con preguntas y respuestas de cada actor interviniente, se formuló el análisis respectivo a cada uno de los actores. Fueron un total de siete preguntas por entrevistado (dos alumnos, dos egresados, dos docentes, dos empleadores y una autoridad), en total fueron 63 respuestas y se analizó cada respuesta respectivamente rescatando el extracto de cada entrevista.

- Categorización

En la categorización podemos otorgarle un significado importante a todo la investigación. (Cabrera, 2005) Para ello distinguiremos entre

categorías, que denotan un tópico en sí mismo, y las subcategorías, que detallan dicho tópico en micro aspectos. Estas categorías y subcategorías pueden ser apriorísticas, es decir, construidas antes del proceso recopilatorio de la información, o emergentes, que surgen desde el levantamiento de referenciales significativos a partir de la propia indagación, lo que se relaciona con la distinción que establece Elliot cuando diferencia entre “conceptos objetivadores” y “conceptos sensibilizadores”, en donde las categorías apriorísticas corresponderían a los primeros y las categorías emergentes a los segundos (Elliot, 1990).

- **Codificación**

Luego del análisis exhaustivo, línea por línea o frase por frase se agruparon por las semejanzas; se realizó la codificación y se utilizaron las siglas de cada uno de los actores con el número de preguntas y el nivel a la competencia a la que pertenecía, para ordenarla debidamente, por ejemplo: E, entrevista; P1, primera pregunta; AL, segundo alumno; y la fecha.

(E - P1 – AL2 – 24 de agosto de 2020)

Categorías / códigos

Comunicación Eficaz (CE)

Valor comunicativo (VC)

Futuro profesional (FP)

Limites comunicacionales (LC)

Aprendizaje autónomo (AA)

Valor aprendizaje (VA)

Futuro profesional (FP)

Limites comunicacionales (LC)

Ética Ciudadanía (EC)

Valor ético (VE)

Futuro profesional (FP)

Limites éticos (LE)

Investigación (IN)

Valor investigativo (VI)

Profesional Investigador (PI)

Limites investigativos (LI)

Diseñador Gestor (DG)

Gestores de proyectos (GP)

Futuro Gestor (FG)

Limites en gestión (LG)

Innovación en Diseño (ID)

Valor investigativo (VI)

Profesional Investigador (PI)

Limites investigativos (LI)

Manejo de medios (MM)

Valor Medios (VM)

Profesional en medios (PM)

Limites en medios (LM)

- Triangulación

En su sentido original y literal, la triangulación es una técnica de medición física: navegantes marinos, estrategias militares, topógrafos o los actuales GPS, por ejemplo, usan (o solían hacerlo) varias señales de situación en sus intentos de situar un punto u objetivo único. Por analogía, las técnicas triangulares en las ciencias sociales intentan trazar, o explicar de manera más completa, la riqueza y complejidad del comportamiento humano estudiándolo desde más de un punto de vista.

Otra definición sobre el concepto de triangulación; (Denzin, 1970) es la combinación de dos o más teorías, fuentes de datos, métodos de investigación, en el estudio de un fenómeno singular”.

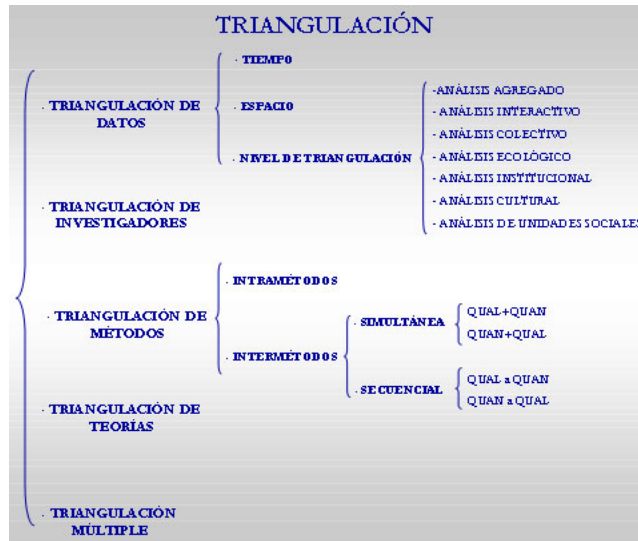


Figura 1: Tipos de triangulación Denzin (1970)

CAPITULO IV

4. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 Resultados

Se presentan los resultados de acuerdo a la indagación de cada uno de los actores y en cada una de las entrevistas con relación a los objetivos específicos del presente estudio.

Cuadro 3: Codificación de actores

Muestra	Código	Descripción
2	AL1, AL2	Alumnos
2	EGR1, EGR2	Egresados
2	DOC1, DOC2	Docentes
1	AU 1	Autoridad
2	EM1, EM2	Empleadores

Fuente: elaboración propia.

Objetivo Específico 1: Identificar las competencias genéricas que demandarán los estudiantes de diseño gráfico de una universidad privada de Lima para el año 2030. Para el logro de este objetivo se formularon 3 preguntas dirigidas a Alumnos, Egresados, Docentes, Autoridad (Decana), Empleadores; el proceso descriptivo y de triangulación se muestra seguidamente:

Respecto a la información extraída de los alumnos:

- **P1:** *¿Qué factores son los necesarios para que, en el contexto del ámbito profesional y laboral, el futuro diseñador gráfico se comunique eficazmente?, ¿Cómo podría utilizar esta habilidad de manera efectiva, coherente e integral al término de diez años?*

A la pregunta **P1**, en su mayoría los alumnos manifestaron que los factores que deben de tener los diseñadores gráficos hacia el 2030 son: el poder comunicar, sustentar sus ideas de manera conceptual, describir las futuras propuestas de forma clara. Es también saber usar un lenguaje exacto para un público determinado para un futuro cliente del nuevo mercado.

El diseñador gráfico como un profesional en el futuro estará en una nueva generación totalmente distinta a esta época; contará con muchas opciones nuevas comunicativas y esto se transforma en retos, para ello debe responder de manera efectiva y coherente para el desarrollo de proyectos y tener una mirada más interdisciplinaria.

“... el diseñador gráfico debe ser un comunicador visual, gestor, debe saber comunicar, usar un lenguaje exacto y tiene que ser parte de un grupo que sea interdisciplinario, con perspectivas hacia el 2030” .

(E - P1 – AL2 – 24 de agosto de 2020)

A la pregunta **P1**, los egresados manifiestan que es importante saber comunicar y el saber transmitir ideas y ofrecer nuevas propuestas creativas. La comunicación eficaz en el diseñador gráfico le dará mayor seguridad profesional y le será más fácil ofrecer a un público las nuevas ideas o mensajes que desea transmitir. Por ello, el diseñador interviene en la comunicación con mensajes y ayuda al crecimiento de la propia sociedad.

“...como diseñador gráfico tiene una labor del comunicador visual, es importante dar soluciones y para ello debe transmitir ideas, dar nuevas soluciones mostrando seguridad y para ello debe comunicarse efectivamente”.

(E - P1 – EGR2 – 24 de agosto de 2020)

En esta pregunta **P1**, la respuesta de la mayoría de los docentes expresa que, desde la comprensión de textos y la facilidad verbal, la comunicación en el diseñador gráfico es muy importante; debe saber usarla de manera integral y efectiva. El diseñador necesita esta habilidad de forma inmediata, ya que necesita comunicarse de manera eficaz, correcta y exacta. Debe hacer llegar los conceptos de forma rápida e inmediata. Por ello es muy importante el actualizarse y expresarse de manera correcta. A esto se le suman, las competencias blandas como factor fundamental e integral como profesional.

“... la importancia de saber comunicarse en esta profesión es importante y las comunicaciones blandas en estos momentos no se consideran dentro de la formación en el DG, pero de aquí a diez años eso será fundamental con una comunicación integral”.

(E - P1 – DOC2 – 24 de agosto de 2020)

Como autoridad, respecto a la pregunta **P1** expresa que la comunicación eficaz es vital y contundente, es vender la mejor idea, es saber conceptualmente, vender la idea hacia el nuevo cliente, para comunicar o convencer al cliente con la mejor idea y para ello debe elaborar estrategias comunicacionales de manera efectiva; estructurando la idea con mapas mentales y organizando las ideas. El nuevo espacio o el nuevo mercado del diseño es ya competitivo, en el futuro será mucho más exigente.

“...la comunicación eficaz oral o escrita es el poder de convencer a la gente, al usuario de que tu idea es la mejor, a la vez hay que estructurar mejor las ideas; el diseñador gráfico tiene dos herramientas importantes que debe conjugarlas para ser más efectivo hacia el 2030 (la palabra y su producto)”.

(E - P1 – AU – 24 de agosto de 2020)

Para los empleadores en la P1, expresan en su mayoría que el futuro diseñador gráfico deberá poseer la habilidad en la comunicación, en la creatividad de elaborar mensajes y su aprendizaje comunicacional será constante a lo largo de su vida profesional. Pero estas habilidades deben complementarse con las habilidades blandas o “Soft Skills” que le ayudará a comunicarse eficazmente, sustentando sus propuestas, comunicándose interpersonalmente, con liderazgo y sinergia con otros profesionales.

“...el egresado debe “proyectar, comunicar y manifestarse debidamente a un cliente y a la sociedad, para ello debe saber comunicar sus ideas y sus propuestas a los nuevos clientes del 2030.”.

(E - P1 – EM1 – 24 de agosto de 2020)

- **P2.-** *¿De qué manera, cree usted que la habilidad del aprendizaje autónomo es importante para el futuro diseñador gráfico del 2030?*

A la pregunta **P2**, los alumnos manifestaron que el aprender día a día es importante, el diseñador gráfico debe ver mas allá de sus propias herramientas; debe aprender a comunicarse; este aprendizaje es constante y de forma autónoma para lograr sus propios objetivos y los objetivos de cada proyecto que afrontará a futuro.

“...el alumno debe saber ver mucho más allá, más allá de las herramientas tecnológicas, uno tiene que ver más y saber o entender lo que se viene y por ello debo de ir aprendiendo constante y autónomo”.

(E - P2 – AL2 – 24 de agosto de 2020)

A la pregunta P2, algunos egresados manifiestan: una de las opciones más importantes y básicas que tiene el estudiante de diseño gráfico es tener apertura para poder recibir y el estar en un constante aprendizaje. Personalmente, tiene que buscar fuentes de información, data actualizada; todo esto es totalmente personal e individual, pero además es importante trabajar en forma colaborativa, lo cual alimenta de nuevos saberes y uno va aprendiendo a construirse a sí mismo, profesionalmente; por ello es importante el auto aprendizaje.

“...es importante que el diseñador deba aprender por sí mismo para no depender de otros, el estar en proyectos de desarrollo con otros pares motiva el aprender cada día más y construirse a sí mismo profesionalmente, el trabajar con otros pares aprende y esto es autoaprendizaje”.

(E - P2 – EGR2 – 24 de agosto de 2020)

La mirada del docente para la P2 complementa el tema expresando que el desarrollarse y el autoformarse en el diseño estructura a un profesional del diseño con una formación constante, quien debe seguir desarrollándose como profesional cada año; ello implica seguir aprendiendo y actualizándose en forma constante. En diez años el “design for user experience behavior” o el “Design thinking” serán campos con mayor desarrollo, lo que indica que el diseñador debe adaptarse a nuevos contextos hacia el 2030.

“...el estudiante de hoy, en diez años se encontrará auto gestionando su propio aprendizaje, aprendiendo, desarrollándose en forma individual, por todo ello uno no dejará de aprender, no dejará de autoformarse y para ser un profesional del diseño, en el 2030, será importante el auto aprendizaje”.

(E - P2 – DOC2 – 24 de agosto de 2020)

A la pregunta P2 la autoridad manifiesta: es sumamente importante el saber aprender solos o la autoformación, la universidad les da las opciones para que tenga autonomía en sus proyectos y en la resolución de sus problemas, pero es un desarrollo personal que hay que cultivarlo. Para ello el diseñador debe conocerse a sí mismo como alumno, como profesional y a su vez como un futuro profesional hacia el 2030.

“...la universidad les da las opciones para poder aprender solos con opciones en la autoformación y estar siempre alertas a los nuevos conocimientos y saber buscar e investigar, estar atentos, y saber aprender solos”.

(E - P2 – AU – 24 de agosto de 2020)

De otro lado, a la pregunta P2 algunos empleadores concluyen que el aprendizaje autónomo es importante porque es el aprender en forma constante, en diferentes espacios, entornos, etc., este aprendizaje debe ser autónomo y un aprender a aprender. El aprendizaje es constante desde que se forma hasta cuando es ya un profesional, siempre estará formándose. Todo para dar soluciones en forma

inmediata como respuesta a su propia formación personalizada. Es el aprender a lo largo de la vida, “long life learning”.

“...el aprendizaje autónomo es importante porque el aprendizaje autónomo es el “aprender a aprender”; hay un término en inglés que es “long life learning”. El profesional del diseño es un creativo y es un personaje que siempre está gestionando su formación.

(E - P2 – EM2 – 24 de agosto de 2020)

- **P3.-** *¿Cómo aporta la ética y ciudadanía a la formación del diseñador gráfico en el futuro?*

A la pregunta **P3** algunos alumnos manifiestan que la ética y la ciudadanía es un aporte que se rigen bajo las reglas morales y viene del respeto que debemos de tener uno al otro, hacia los demás, hacia la ciudad y su entorno. De un par hacia el otro par. Ser consciente de las cosas que debes hacer y discernir, quizás en los referentes o en lo más esencial de cada producto gráfico; es además el respeto por el trabajo de sus otros pares. Uno tiene que regirse por las reglas morales y éticas y respeto de los derechos de autor en cada proyecto gráfico.

“... uno tiene que regirse bajo las reglas morales y éticas que tenemos y cada uno tiene hacia la misma ciudad o hacia el mercado, en el propio contexto donde estamos viviendo y en el espacio donde vamos a vivir más adelante como profesional del 2030.”

(E - P3 – AL2 – 24 de agosto de 2020)

Desde el egresado, responde a la pregunta **P3**, que la ética aporta y revela un buen desempeño en la actividad profesional; forma profesionales íntegros, respetando el derecho de autoría de nuestros pares. Lo moral esta inmersa en el profesionalismo del diseño; pero lamentablemente ello no ocurre y se trasgreden los derechos. El ser parte de la comunidad indica ser respetuosos de los derechos de todos los profesionales. Estamos en un mercado cambiante y bombardeado de nuevas oportunidades y existen los informales que trasgreden el profesionalismo del diseño.

“...hay que trabajar respetuosamente. Nuestro trabajo y la ética dice mucho del diseñador gráfico como profesional y como persona, debemos trabajar y formar a nuestros pares con el ejemplo”.

(E - P3 – EGR1 – 24 de agosto de 2020)

A la pregunta **P3**, algunos docentes manifiestan que la ética es hablar de valores, cuando mencionamos respeto y una actitud reflexiva, es hablar de la persona íntegra. La ética y ciudadanía hace que el diseñador sea más profesional. Tener además una mirada crítica hacia el medio ambiente donde ya estamos enfrentándonos, para dar soluciones; por que el diseñador es el responsable del mensaje en las comunicaciones. Por ello debe saber ser correctamente un profesional íntegro, con respeto hacia sus pares y hacia el propio entorno.

“...la ética como valor es usarla correctamente, dando a conocer que eres un profesional íntegro. Con respeto hacia el otro diseñador, o hacia el otro artista o hacia los otros pares; estos profesionales son referentes hacia sus nuevos pares del diseño proyectando una reflexión sana y de calidad en cada trabajo”.

(E - P3 – DOC1 – 24 de agosto de 2020)

Desde la autoridad, a la P3 considera que la ética es un valor importante, un profesional del diseño debe ser un profesional íntegro, debe tener un juicio crítico y reflexivo con una actitud positiva y saber decir no cuando se enfrente a situaciones complicadas en el mercado o con sus propios pares; además, reconocerse como medio, como comunicador de mensajes, que está resolviendo temas comunicacionales como profesional para los usuarios de mensajes. Ética es saber cómo te estás comportando frente a la comunidad. frente al medio ambiente, frente a su propio entorno.

“...tener ética es reconocer qué estás haciendo tú como profesional por ti y por los demás, es ver cómo te estás comportando frente a la comunidad con tus mensajes. cómo vas solucionando problemas sociales”.

(E - P3 – AU – 24 de agosto de 2020)

Los empleadores consideran que el tener ética en la ciudadanía es parte de los valores humanos adquiridos en la familia, en la universidad y son sus pares, es la esencia del comunicador, del propio diseñador gráfico; es importante para su propia formación. El añadir valores a sus proyectos es un compromiso que debe cumplir y trabajar bajo principios de ética con valores; es trabajar con una mirada hacia el futuro, respetando a sus pares.

“...hay una transferencia de valores por medio de mensajes visuales ya que tiene una responsabilidad muy fuerte con la ética, es además respetar al otro profesional del diseño, es mirar el futuro con respeto y ser una persona formal”.

(E - P3 – EM1 – 24 de agosto de 2020)

Objetivo Específico 2: Identificar las competencias específicas que demandarán los estudiantes de diseño gráfico de una universidad privada de Lima para el año 2030. Para el logro de este objetivo se formularon dos preguntas dirigidas a Alumnos, Egresados, Docentes, Autoridad (Decana), Empleadores; el proceso descriptivo y de triangulación se muestra seguidamente:

- **P4.-** ¿Considera, como investigador, una competencia importante para el perfil profesional del futuro diseñador gráfico en el año 2030?; Aportando o dando soluciones, generando cambios en el nuevo campo del diseño, ¿Qué habilidades en investigación requerirá el futuro diseñador gráfico, qué especialización avizora?

A la pregunta **P4**, algunos alumnos manifiestan que el perfil de diseñador en el campo de la investigación debe ser un elemento importante en el desarrollo como comunicador visual o del profesional del diseño, el saber investigar en diferentes espacios va formando a este nuevo diseñador para el 2030. Teniendo claro el objetivo que tiene en cada uno de sus proyectos puede dar soluciones y generar nuevas opciones en el diseño; el diseñador debe saber distinguir qué tipo de investigación requiere en cada una de sus propuestas.

“...el rol de investigador debe cultivarse en los primeros años. Por ello es importante, pero haciendo distinción, el tipo de investigador; como comunicadores puede tal vez puede ser teórico o práctico, debe saber enfocar el tipo de investigador que desea ser.”

(E - P4 – AL2 – 24 de agosto de 2020)

Algunos de los egresados, respecto a la P4, expresan que es importante saber ver las nuevas tendencias en el campo del diseño, visualizar el nuevo mercado, estar constantemente investigando; ya que las cosas están cambiando. La importancia de ser un investigador se denota con la aparición de nuevos métodos de investigación y nuevas habilidades que el diseñador debe de saber actuar y desarrollar.

“...más participación de los diseñadores en diferentes campos del mercado, aportando ideas de comunicación visual en beneficio de la sociedad. Un diseñador investigador debe de actuar en diferentes campos y visualizar que se necesita e investigar”.

(E - P4 – EGR2 – 24 de agosto de 2020)

Desde la mirada de los docentes, en su mayoría sostienen que el futuro profesional en diseño gráfico debe ser constante un investigador, apasionado, involucrado en los temas a investigar, autónomo y con disciplina, por todo ello es importante ser investigador en el diseño. La constancia se complementa con el aprendizaje. Por ello la investigación será fundamental en el proceso creativo. Para ello debe saber investigar vincularse con el medio, con sus pares para construir un trabajo colaborativo.

“...es importante que todo diseñador investigador deba tener la actitud de proponer y tener seguridad de lo que propone, como profesional independiente o dependiente investigando y proponiendo en cada contexto”.

(E - P4 – DOC2 – 24 de agosto de 2020)

A la pregunta **P4** la autoridad manifiesta que la investigación es un elemento que se integra con las otras competencias. Si el diseñador gráfico no investiga y no

da soluciones en el futuro no podrá desarrollar nuevas propuestas. Investigar cada proyecto te da la oportunidad de ver otros espacios otros campos del saber. Es interiorizar el concepto, la idea y la representación en cada uno de los productos que está elaborando o proyectando. El diseñador del futuro debe ser de alguna forma integral en los conceptos y en sus propuestas.

“...si no investigas no solucionas nada. Investigar en cada trabajo o proyecto te da la posibilidad de desarrollarte; cada proyecto es una oportunidad de ver otros campos del saber y el saber investigar te otorga nuevos saberes”.

(E - P4 – AU – 24 de agosto de 2020)

La mayoría de los empleadores sostienen que es importante para el diseñador gráfico saber investigar y conocer el mercado y los cambios que se suscitan en él, para afrontar el nuevo mercado del 2030. Conociendo podrá definir, probar, testear en el contexto y sabrá cómo dar soluciones, por ello es fundamental que el diseñador investigue, con ello podrá generar cambios y a su vez proporcionar nuevos desarrollos. Como en la Bauhaus, donde se plantearon soluciones y ello sirvió no solo para el desarrollo de una especialidad, sino para el nacimiento de diversas especialidades creativas.

“...es importante sembrar este aspecto de la investigación en el diseñador y cómo va construyendo nuevos espacios de trabajo donde podrá interactuar investigando y proponiendo, dando soluciones creativas con nuevos alcances y además crear nuevos espacios para futuros diseñadores gráficos en el mercado”.

(E - P4 – EM2 – 24 de agosto de 2020)

- **P5:** ¿Considera que es importante la participación del diseñador gráfico en diversos proyectos, como gestores, articulando, organizando y produciendo para el año 2030? ¿Por qué?

A la pregunta **P5**, los alumnos manifiestan que para el diseñador gráfico es importante la participación en diversos proyectos, articulando funciones que están

en la misma línea de producción, y esto los convierte en gestores en el desarrollo de cualquier producto. Por ello se dice que el diseñador gráfico, cumple varios roles en la calidad del desarrollo de un producto. La propia especialidad da esas opciones, por es importante gestionar estas capacidades de gestor para afrontar lo que se viene más adelante, hacia el 2030.

“...como gestor gráfico es sumamente importante, como un actor investigador es necesario la suma de capacidades articulando y ser partícipes de proyectos. El producir otorga experiencia en la participación y da experiencia para poder afrontar lo que se nos viene en el futuro”.

(E - P5 – AL2 – 24 de agosto de 2020)

Desde los egresados, el participar en proyectos es importante para el diseñador gráfico quien debe de estar planificado y estructurado, para lograr los objetivos de cada proyecto, debe de tener una red de personas con quienes articular y planificar y estar organizado para un trabajo cooperativo. Cada proyecto otorga al diseñador nuevas formas de ver las cosas, por ello; interconectar los elementos en un proyecto otorga soluciones amplias y se forma como gestor diseñador del futuro, quien será gestor de sus propios propuestas.

“...se necesitará un diseñador con una buena base en la participación de proyectos y como gestor el saber como organizar y articular; que pueda ser parte de en un proyecto como gestor. Ser gestor es dar flujo a las ideas y parte del desarrollo del producto”.

(E - P5 – EGR2 – 24 de agosto de 2020)

Para los docentes, para ser gestor de proyectos, es importante que el diseñador gráfico tenga las herramientas necesarias para afrontar futuros proyectos y estas herramientas deben adquirirlas en su formación, y adquirirlas hoy para formar parte de las líneas de producción. Actualmente no es un gestor, solo forma parte de la cadena de producción. Además debe ser parte de los procesos, trabajar en forma conjunta o colaborativa con sus pares, porque esa es la única forma de vincularse con el mercado y con sus pares.

“...para que el diseñador gráfico sea gestor en el futuro, tiene que hacer gestiones de productos y que sepa que cosas son importantes en el proceso, muchas veces algunos de los egresados no conocen lo que se necesitan y simplemente hacen los productos y se dan cuenta que no lo hacen en forma ordenada y tienen que volver a hacer estos procesos, no forma parte de la cadena productiva”

(E - P5 – DOC2 – 24 de agosto de 2020)

La autoridad a la pregunta **P5** destaca la importancia de la investigación, la innovación y el aprendizaje se interrelacionan para formar un diseñador gráfico gestor, formar parte en gestión de proyectos de gran volumen con especialistas de diferentes áreas enriquecen su propia especialidad y va formado su profesionalización. La actividad del diseñador gráfico en el campo laboral es y será escalonado, el profesional del diseño esta en un espacio dinámico del mercado emergente, debe de ver las oportunidades laborales como gestor, pero para ello debe de formarse en forma constante.

“...la investigación, el aprendizaje autónomo, se interrelacionan para formar a un gestor y saber reconocerse en ese medio laboral de oportunidades con nuevos pares, mirando siempre hacia delante autoformándose y mirando hacia el futuro”.

(E - P5 – AU – 24 de agosto de 2020)

Para los empleadores es importante el vincularse con proyectos productivos el cual otorga al diseñador gráfico la experiencia como gestor y la capacidad de tomar decisiones y es fundamental el trabajo con equipos diversos o multidisciplinarios, para poder entender como se gestan y se desarrollan los proyectos en el mercado. El nuevo diseñador gráfico debe de tener las herramientas necesarias para gestionar en equipos, ser líder, negociar y saber negociar, en el nuevo mercado del 2030.

“...una importante capacidad el de ser gestor, es saber tomar decisiones, para poder liderar y para tener competencias que le sirvan en su perfil profesional y para tomar las decisiones del momento”.

Objetivo Específico 3: Seleccionar las competencias profesionales que demandarán los estudiantes de diseño gráfico de una universidad privada de Lima para el año 2030. Para el logro de este objetivo se formularon dos preguntas dirigidas a Alumnos, Egresados, Docentes, Autoridad (Decana), Empleadores; el proceso descriptivo y de triangulación se muestra seguidamente:

- **P6.-** ¿Cree que la innovación en el Diseño es importante para el futuro profesional del diseño gráfico hacia el 2030? ¿Generando y utilizando nuevas estrategias de forma innovadora?

A la pregunta **P6**, algunos alumnos manifiestan que la innovación en el diseño es importante para mostrar cambios y mejorar las propuestas no atendidas; estas nuevas propuestas o innovaciones van a generar reacciones en el público objetivo. Conociendo las nuevas redes y cómo cambia la tecnología y comunicación, la habilidad en el diseñador debe estar a la par de los cambios y así proponer nuevas alternativas, para cada publico objetivo, esto otorgará al diseñador gráfico, las herramientas necesarias para comprender y presentar nuevas propuestas con cambios innovadores.

“...crear una innovación en el diseño es muy importante el diseñador tiene que ser bastante empático con todo el público objetivo, debe de generar cambios en la comunicación visual proponiendo nuevas cosas para un nuevo mercado al año 2030”.

(E - P6 – AL2 – 24 de agosto de 2020)

Para los egresados, la respuesta a la P6 va direccionada en relación al rol de innovador en el diseñador gráfico del 2030 es importante ya que debe mirar las cosas de forma diferente. Todas las cosas están en el mismo entorno, el diseñador debe reformular la propuesta desde otro ángulo. Por ello para el diseñador es

importante saber reconocer de dónde parten las ideas y pensar además en el medio ambiente como se debe proyectar, para dar soluciones innovadoras.

“...para toda innovación es el saber mirar las cosas de forma diferente. Es importante para el diseñador saber ver y saber mirar. El producto siempre está allí, las cosas están en el entorno, se reformula con una nueva propuesta “.

(E - P6 – EGR1 – 24 de agosto de 2020)

Para los docentes, la innovación para el diseñador gráfico es importante porque nos permite mirar las cosas de forma diferente. Ver y saber lo que está a nuestro alrededor, es poder dar otra mirada a las cosas; en todos los campos se pueden reestructurar los mismos objetos para darles otra mirada a la imagen o al producto. El rol del diseñador innovador está en saber ver y saber mirar. El diseñador al 2030 tiene grandes retos en la parte creativa porque tiene que proponer nuevas cosas.

“Definitivamente es fundamental que pensemos en la innovación y la investigación, las cuales están muy hermanadas, porque necesitamos estar atentos a estas dinámicas del mercado, atentos al ser humano en estos contextos y seguir observando con atención a los cambios de aquí a diez años”.

(E - P6 – DOCl – 24 de agosto de 2020)

Para la autoridad la innovación en el diseño es sumamente importante es ver las cosas de distintos puntos de vista, el poder proponer ayuda al diseñador. El futuro diseñador debe dar una nueva perspectiva a las cosas, puede usar sus propias vivencias y puede apoyarse en las herramientas o medios comunicativos, por ello la innovación va de la mano con la investigación.

“... es importante tener una nueva mirada de las cosas, eso ayuda al diseñador ordenarse y estructurarse como un nuevo diseñador. Al saber innovar no se hacen cosas nuevas, solo se mira el problema de otro lado”.

(E - P6 – AU – 24 de agosto de 2020)

Para los empleadores, el saber innovar para el diseñador gráfico es importante, de allí nace el diseñador investigador, quien es un ser creativo. Al crear e innovar el diseñador no va a crear cosas nuevas las va a recrear, le va a dar otra mirada, otra perspectiva a las cosas. En muchas ocasiones este diseñador debe de trabajar en forma colaborativo como un co-creador, así mismo ser participe de proyectos innovadores formando equipos de trabajo con nuevos pares, obtener un nueva interrelación con profesionales para el 2030.

“...para el futuro diseñador, es importante, el saber reinventar sobre lo que se tiene, darle otra mirada, innovación no es nacer cosas nuevas, es darle otra mirada, existe innovación en cada proceso en el mismo desarrollo del producto. Para ello el diseñador no debe de trabajar solo, deberá tener un trabajo como co-creador con otros especialistas que alimenten esa parte creativa”.

(E - P6 – EM2 – 24 de agosto de 2020)

- **P7.-** ¿Es importante que el futuro diseñador gráfico tenga las habilidades de manejo de nuevas tecnologías o medios digitales en el 2030? ¿Por ello, crees que es importante la aplicación y el uso adecuado y/o asertivo de los medios en diversos proyectos del futuro profesional diseño gráfico? ¿Por qué?

Algunos alumnos manifiestan que es importante tener estas habilidades porque si no tienes los conocimientos digitales no estás actualizado, el diseño tiende a moverse junto con el mercado, estar al día en el manejo de las nuevas redes sociales y lo que se viene al 2030; por ello el mercado será más dinámico y van a aparecer nuevas herramientas comunicacionales y para ello el diseñador, debe estar preparado.

“...es importante para trabajar en el mercado del 2030; me lo imagino mejorado, además todo será dinámico, todo será mucho más rápido existirán nuevos programas o softwares que te puedan ayudar, pero para ello las habilidades del diseñador deben de estar actualizadas”.

(E - P7 – AL2 – 24 de agosto de 2020)

Para los egresados, el uso de medios es importante, ya que la tecnología es un espacio donde hay que seguir aprendiendo, donde tienes que adaptarte, autoformarte digitalmente en lo que realmente deseas. Es un mundo instantáneo, está en todas partes, es una gran ventana y hay que saberlo aprovechar. El diseñador puede aprovechar estas tecnologías para desarrollarse dentro de esta competencia.

“...el 2030 será un mundo instantáneo e inmediato, estar en todas partes, es importante para el diseñador ser parte de los cambios, por todo ello los medios hay que verlo como una gran herramienta y una gran ventana, hay que saberla usar y aprovecharla al máximo en el campo del diseño”.

(E - P7 – EGR2 – 24 de agosto de 2020)

Desde otra mirada, los docentes manifiestan que los medios, como alternativa comunicacional y como formación, van a cumplir un rol importante en el campo del diseño y del futuro profesional del diseño gráfico. Para ello, las competencias digitalizadas tanto en la parte técnica como en lo conceptual deben estar diferenciadas, por cada uno de los actores en ese nuevo mercado digitalizado del 2030. El estudiante deberá tener una formación adecuada en este campo y vincularse mucho más con los lenguajes visuales digitales, con un trabajo colectivo con pares del nuevo mercado.

“...considero estas competencias digitales importantes; el aprendizaje holístico para que puede involucrarse en su entorno, con el contexto, para otras especialidades y las competencias digitales son importantes así como las competencias blandas, las emociones frente a lo digital”.

(E - P7 – DOC2 – 24 de agosto de 2020)

La autoridad manifiesta que es necesario poseer los medios como herramienta es una gran oportunidad, es fundamental en la formación de todo diseñador y en sus propuestas como profesional, sin el uso o las competencias digitalizadas el diseñador gráfico no podrá distinguir cómo trabajar. Es tener una visión amplia del

mundo digital, la formación universitaria deberá dar una visión más crítica de las cosas, por ello el compromiso de toda institución en la formación es una competencia en su propia formación.

“...el diseñador del futuro debe de tener una visión más amplia en el mundo digital, es importante el rol de la universidad en la formación, es además tener una visión crítica de las cosas a través de los medios y son los nuevos medios que estarán ofreciendo nuevas oportunidades”.

(E - P7 – AU – 24 de agosto de 2020)

El empleador manifiesta que nos encontramos en una generación de diseñadores que no saben esperar, una generación mas monetaria, pero debe de saber comunicar y no solo conociendo formas técnicas o software, sobre todo en una competencia digitalizada. Competencias que son inherentes a las tecnologías; debe de tener además una inteligencia emocional con una adaptación constante y ser un líder integral en cada proyecto. No tener una actitud pasiva, sino dinámica con un trabajo multidisciplinario y visión diferente de las cosas. Por todo ello el diseñador grafico debe de ser un profesional integral en el 2030.

“...es importante tener en cuenta los indistintos saberes, para saber comunicar en el futuro. El tema de dirección comunicacional es vital. Entramos a la competencia digitalizada en diferentes entornos. Como la propia comunicación entre los pares, competencias no técnicas, son competencias dirigidas al saber manejar los medios de una manera sabia”.

(E - P7 – EM2 – 24 de agosto de 2020)

4.2 ANALISIS DE RESULTADOS

Luego de los resultados descriptivos obtenidos en cada una de las entrevistas con cada uno de los actores en esta investigación, analizaremos y discutiremos los hallazgos y las nuevas categorías obtenidas en este estudio.

Respecto al primer objetivo específico, las competencias genéricas que demandarán los estudiantes de diseño gráfico de una universidad privada de Lima para el año 2030 son:

- **Comunicación eficaz**; dado que todos los diseñadores gráficos son comunicadores y para esta definición se afirmó que los diseñadores son **comunicadores visuales** y como todo comunicador debe de tener la habilidad de sustentar sus propias ideas para el futuro cliente. Esta forma de comunicar debe de ser **efectiva e integral** con un **lenguaje exacto** ya que debe de **transmitir seguridad y solidez en su mensaje**. La elaboración de estrategias comunicacionales estará representado para el nuevo mercado que debe de afrontar el diseñador. Y no solo es transmitir ideas **es crear mensajes conceptuales** en su perfil profesional como comunicador visual, hacia el 2030”.

El concepto de competencia es una acción, pero a su vez exige conocimiento, lo que indica que una persona debe de tener una buena formación en cuanto a sus funciones, como a su capacidad para tomar acciones, de manera que le permitan usar apropiadamente los conocimientos adquiridos. Vargas (2001) señala que son producto de la construcción social de aprendizajes significativos y útiles para el desempeño. Forgas (2006) advierte que existe relación entre la competencia comunicativa y la profesional, en cuanto a que el saber, saber-hacer y el saber actuar, requiere del suficiente talento comunicativo.

Según Fernández (2006), la persona competente posee capacidades y tiene condiciones para ponerlas al servicio de un desempeño eficaz; reflexiona acerca de su propia ejecución, tiene una visión ajustada de sus habilidades y está consciente de sus limitaciones, así como de los

mecanismos que emplea, lo que le permite hacer transferencias a nuevas situaciones y a otros miembros de la organización.

A las afirmaciones tanto de los actores en el presente estudio y de los autores sobre la competencia comunicativa o la comunicación eficaz; se llega a la conclusión que los alumnos y profesionales deben de demostrar según sus capacidades y condiciones adquiridas en su desarrollo académico, su formación y auto formación para lograr una competencia eficaz en el campo laboral del profesional del diseño; teniendo en cuenta que; como dice; Fernández (2006), todo estudiante o profesional tiene las capacidades quien además esta consciente de sus limitaciones como de sus alcances comunicacionales, por ello el diseñador grafico como profesional hacia el 2030, debe de tener una nueva actitud y una nueva proyección profesional.

- **Aprendizaje autónomo.** - El diseñador gráfico es un **profesional en formación constante** y debe de seguir **desarrollándose en forma constante**. Esta autoformación del diseñador es como **construirse así mismo como profesional**, asimismo el diseñador va gestionando su propio aprendizaje, **es aprender a lo largo de la vida “lifelong learning”**. Término de aprendizaje a lo largo de la vida y se refiere a la educación que el alumno cursa a la par y de forma posterior a su formación académica. Es un desarrollo personal que mejora a la personal

De ello se desprende un **auto aprendizaje formal**; el cual es determinado por el espacio académico o en la institución donde esta el alumnos; el **autoaprendizaje auto dirigido**, el cual pueden ser llevados en cursos o talleres dirigidos; el autoaprendizaje profesional, es quizás el mas reconocido por ser parte del propio trabajo o **espacio de trabajo donde el profesional va aprendiendo o adquiriendo nuevos saberes**. Esta también **el aprendizaje personal**, es aquel que esta conectado al propio **interés del alumno**. Podemos encontrar otros aprendizajes como; **el indirecto** que de forma casual va aprendiendo y el **informal**

o libre, sucede cuando el alumno lo desea teniendo control total del proceso de aprendizaje.

Como se aprecia, en el análisis y resumen de las intervenciones de los actores manifiestan una concordancia que todo proceso de enseñanza aprendizaje el alumno se sitúa como eje principal del proceso de aprendizaje, pero con responsabilidad en la auto formación y de interés personal. La institución universitaria tiene como finalidad formar profesionales competentes para una sociedad que busca líderes en todos los espacios de la sociedad, pero otorgando canales de aprendizaje continuo; como asesorías permanentes, grupos de investigación multidisciplinarios y proyectos directamente relacionados con el mercado.

El valor del aprendizaje autónomo es importante en la formación de los estudiantes, desde los primeros ciclos en la universidad. (Solorzano p. 244), el estudiante tiene una mayor participación en las decisiones que inciden en su aprendizaje, aumenta la motivación y facilita la efectividad del proceso educativo. El período de permanencia en una institución educativa es relativamente corto frente al desarrollo del conocimiento para el que cada individuo debe estar preparado y sobre todo, abierto a la dinámica de la evolución de los saberes y al avance de las investigaciones en todas las áreas, es por ello, que el aprendizaje autónomo se convierte en una de las mejores herramientas del aprendizaje permanente para estar al día en el devenir progresivo de la vida misma.

Es el estudiante el que atribuye significado y sentido al nuevo conocimiento, identificando para ello sus necesidades de formación, estableciendo sus objetivos de aprendizaje y, como no, motivándose al inicio y durante el itinerario de aprendizaje, durante el cual generará confianza en sí mismo. Debe diseñar su itinerario y proceso de aprendizaje con un plan de trabajo realista; buscando, seleccionando, contrastando y procesando la información pertinente al objeto de estudio y a las competencias a desarrollar. Para ello, debe construir estratégica y significativamente el conocimiento, es decir, aprende,

desarrolla y aplica estrategias cognitivas y metacognitivas, admitiendo al final de la secuencia formativa sus propios éxitos y errores (De Miguel, 2009).

Una característica innegable de esta sociedad cambiante es la obsolescencia del saber. Hace algo más de un siglo el conocimiento avanzaba lentamente. Por ello, las universidades tenían como misión transmitir ese conocimiento, el cual sería pertinente y útil durante muchos años. Sin embargo, en la actualidad muchos de los conocimientos que se transmiten en la universidad están siendo superados o modificados casi simultáneamente, con lo cual es muy posible que no sean aplicables en el futuro profesional próximo. Esta constatación de la obsolescencia del saber tiene dos consecuencias directas para la formación universitaria: la primera es la necesidad de actualización permanente del profesorado; la segunda es la certeza de la necesidad de priorizar el desarrollo de la capacidad para aprender por sí mismo durante toda la vida, más que la adquisición de unos determinados conocimientos. (II Encuentro Internacional universitario - PUCP. p16).

Ángel Pérez Gómez (2012) aporta una mirada a las competencias básicas que matiza la concepción de “competencias para la vida”, inicialmente planteadas en el marco del proyecto DeSeCo (2006). Estas competencias deben ser contextualizadas en las diversas culturas de formación y desarrolladas en respuesta a los requerimientos de grupos específicos. En la versión reinterpretada por Pérez (2012: 29-30), estas competencias son:

1. Capacidad de utilizar y comunicar de manera disciplinada, crítica y creativa las herramientas simbólicas que ha elaborado la humanidad a lo largo de su historia [...]. Aprender a observar, indagar, contrastar, experimentar, argumentar, decidir y actuar. Capacidad de utilizar el conocimiento distribuido entre las personas, las instituciones, y sobre todo en la nube y las redes telemáticas, de manera rigurosa y crítica, siendo conscientes de su caducidad, parcialidad y contingencia, y de

manera creativa imaginando y proyectando nuevos modos de interpretación y actuación.

2. Capacidad para vivir y convivir en grupos humanos cada vez más heterogéneos en lenguas, costumbres, religiones e ideologías. Capacidad para afrontar los inevitables conflictos sociales de forma pacífica, mediante el diálogo, el consenso y el debate democrático, con actitud de respeto, escucha y colaboración. Esta cualidad humana requiere preocupación, compromiso crítico y participación activa en la construcción y mantenimiento de las reglas de juego que regulan la convivencia política, social y económica de los ciudadanos, con la redefinición permanente de lo que entendemos por justicia social, solidaridad, compromiso y responsabilidad.

3. Capacidad para desarrollarse de manera autónoma, aprender a aprender, a desarrollar los propios criterios, gobernar el propio y singular proyecto vital en sus tres dimensiones: personal, social y profesional. Conocerse y comprender la complejidad de las dimensiones explícitas y tácitas, cognitivas, emocionales y comportamentales que constituyen la propia identidad. Aprender a querer a uno mismo con sus debilidades y talentos, y asumir la responsabilidad de autorregularse y reconstruirse en virtud del propio proyecto. (I Encuentro Competencias Generales de la Formación PUCP. 2015)

A partir de estas afirmaciones las evidencias en los alcances de la investigación con los actores mencionan que: es el estudiante que debe de adquirir una formación constante y personal. Estamos hablando que los estudiantes no vana atener una actitud pasiva, el estudiante tiene la tarea de buscar, indagar e integrar información, trabajar en equipo, presentar soluciones y un trabajo con responsabilidad individual.

El Lifelong learnig, aprendizaje a lo largo de la vida; es otro hallazgo en el presente estudio.

Uno de los organismos internacionales que promueve el aprendizaje permanente, es la Comisión Europea en el programa de aprendizaje permanente 2011 - 2013, donde como objetivo específico manifiesta:

- a) contribuir al desarrollo de un aprendizaje permanente de calidad y promover elevados niveles de calidad, la innovación y la dimensión europea en los sistemas y las prácticas en ese ámbito;
- b) apoyar la realización de un espacio europeo del aprendizaje permanente;
- c) ayudar a mejorar la calidad, el atractivo y la accesibilidad de las oportunidades de obtener un aprendizaje permanente disponibles en los Estados miembros;
- d) reforzar la contribución del aprendizaje permanente a la cohesión social, la ciudadanía activa, el diálogo intercultural, la igualdad entre hombres y mujeres y la realización personal;
- e) ayudar a promover la creatividad, la competitividad, la empleabilidad y el crecimiento de un espíritu empresarial;
- f) favorecer una mayor participación en el aprendizaje permanente de personas de todas las edades, incluidas las que tienen necesidades especiales y las pertenecientes a grupos desfavorecidos, independientemente de su nivel socioeconómico;
- g) promover el aprendizaje de las lenguas y la diversidad lingüística.
- h) apoyar el desarrollo de contenidos, servicios, pedagogías y prácticas de educación permanente innovadores y basados en las tecnologías de la información y la comunicación (TIC);
- i) reforzar la capacidad del aprendizaje permanente para crear un sentimiento de ciudadanía europea, basado en la comprensión y en el respeto de los derechos humanos y de la democracia, y fomentar la tolerancia y el respeto por otros pueblos y otras culturas;
- j) promover la cooperación en materia de garantía de la calidad en todos los sectores de la educación y la formación en Europa;

k) estimular el mejor aprovechamiento de los resultados y productos y procesos innovadores e intercambiar buenas prácticas en los ámbitos cubiertos por el programa de aprendizaje permanente, a fin de mejorar la calidad de la educación y la formación.

- **Ética y ciudadanía;** términos que provienen **del respeto y de los valores;** como toda persona el diseñador **debe de cultivar valores en la formación académica y ética como profesional.** Tener ética implica **respetar el trabajo de los demás y hay que trabajar respetuosamente.** Es tener una mirada crítica hacia su espacio de trabajo y hacia su entorno; hace que el **profesional del diseño del 2030 sea más integro.** Esto se proyectará en cada uno de sus trabajos con sus pares y **reconociendo los derechos de autor de cada uno de nosotros;** entonces podemos decir que la ética **es un valor que debe poseer todo profesional,** debe de ser **reflexivo y con actitud positiva.**

Entonces tener ética y ciudadanía son valores humanos que debe de añadir a cada uno de sus proyectos del futuro diseñador gráfico el cual debe de **trabajar bajo principios éticos y respetando a los demás.”**

La ética debe ser igual para todos, sin importar el nivel socioeconómico o político. En la universidad convergen diferentes grupos sociales y ello es un reto colectivo, pero es importante ver y identificar los asuntos sociales y éticos de la sociedad en el entorno académico. Bautista (2013) menciona que una ciudadanía con valores y principios difícilmente se prestará a participar de situaciones ajenas a la ética. La ética para la ciudadanía es un llamado a salir de la caverna, como dijera Platón; a despertar de la profundidad del sueño, según expresara Aristóteles; es evitar padecer las equivocaciones de una mayoría ignorante, de la que se aprovecha una minoría.

Como dice Bautista (2013) y los conceptos recogidos de los distintos actores en las entrevistas se converge aun significado; los valores humanos deben de permanecer en cada uno de los profesionales y el del diseñador gráfico del 2030, debe regir bajo los principios éticos y el respeto hacia los demás.

Respecto al segundo objetivo específico, las competencias específicas que demandarán los estudiantes de diseño gráfico de una universidad privada de Lima para el año 2030 serán las siguientes:

- **Investigación.** - El futuro profesional en diseño gráfico debe **de ser un apasionado** en todo, involucrado en los temas de diseño, **con un perfil de autonomía y con una disciplina acorde a las circunstancias. Para lo creativo la disciplina es esencial.**

El **diseñador que no investiga no podrá desarrollar nuevas propuestas** o presentar nuevas innovaciones, **el diseñador que no investiga no crea.** El saber investigar **lo vincula directamente con otros saberes y esto es parte de incrementar los saberes. El trabajo interdisciplinario enriquece la labor del diseñador,** con lo cual va adquiriendo nuevos saberes.

Conocer el mercado y los cambios que se van generando en este, le dará la **opción de probar, definir o testear el mismo contexto y sabrá dar soluciones.** Por ello es importante que el diseñador del 2030 debe de tener esta habilidad; ya desarrollada para construir de forma integral nuevos conceptos o nuevas propuestas.

“La idea básica de aprendizaje como indagación es la misma que la idea de investigación; aunque la investigación avanzada se produce en niveles, los estudiantes que comienzan en el primer año pueden aprender a través de la investigación ". “El aprendizaje basado en la investigación permite a los estudiantes tomar control de su propio aprendizaje a medida que avanzan en sus programas de grado. ... Considera a los estudiantes inicialmente como activos participantes en el proceso de aprendizaje, y una vez equipados con las herramientas adecuadas, como participantes activos en la investigación y análisis de problemas, cuestiones y evidencias ". (Healey, Jenkins 2009).

Desde los años 80, el término de investigación en pregrado era una constante dentro del plan de estudios de diferentes universidades de los EEUU, instituciones como; Massachusetts Institut Technology (MIT) con su decano MacVicar comenzó con el programa de oportunidades de participación en proyectos; estas intervenciones de estudiantes de pregrado

les valía créditos educativos en vez de pago por las investigaciones. Otras universidades como la Universidad de Michigan, desarrollaron similares iniciativas dando oportunidades a más estudiantes, dando valor académico la intervención de estudiantes con proyectos científicos.

Con estas iniciativas y con las evidencias de los actores en este estudio, confirman que la experiencia debe ser parte de proyectos que alimentan la habilidad de ser investigador, iniciando con la expectativa de indagar, para luego formar parte de equipos de proyectos profesionales, dirigidos hacia el mercado, ello fortalece los aprendizajes en la parte académica, preparando a los alumnos hacia el nuevo mercado.

- **Gestión en proyectos de Diseño Gráfico.** - El diseñador gráfico del 2030 debe de **tener una personalidad distinta al de hoy**. Tiene que ser **gestor desde su propia profesionalización, gestor de su aprendizaje**, ser parte de los procesos de la cadena de desarrollo de productos; donde es pieza importante en las soluciones. Se puede afirmar que **hoy es un gestor autodidacta**, pero se requiere un **diseñador gestor** con capacidades de dar solución en diferentes campos de acción y no solo formar parte de la cadena de producción. El mercado del nuevo diseñador es cada **vez más dinámico** y este nuevo diseñador tiene que tener las competencias y **capacidades para tomar decisiones**; por ello **vincularse en proyectos productivos**, con sus pares le otorga al **diseñador la experiencia de gestor** y ello es fundamental en el nuevo diseñador gráfico.

Otro de los hallazgos más resaltantes en el presente estudio, es el de **gestor de su propio aprendizaje y ser gestor de su profesionalización**; vemos que en estos momentos las industrias o el mercado actual buscan con mucho rigor profesionales con perfiles distintos al actual, la globalización y la propia especialización de nuevos saberes han cambiado radicalmente las expectativas de los empleadores, con respecto a sus nuevos perfiles profesionales con habilidades que puedan aportar a su empleo y cumplir con las expectativas cambiantes de las industrias.

El cambio en este mundo globalizado ya nos está cercando cada vez más. Si apreciamos el panorama de la educación superior, aún

mantenemos, en ciertos espacios académicos, la figura tradicional de que el estudiante debe de recibir la información y luego el debe de aprender para aplicarlo luego del termino de sus cinco años de estudio.

Pues el mundo ha cambiado y seguirá cambiando; la eficacia de la educación superior esta centrada en la disponibilidad que tiene la tecnología y la investigación con respecto a administrar su propia formación desde la parte académica. El profesor como facilitador permitiendo a los alumnos ser partícipes de su propio aprendizaje; con roles de responsabilidad con una diversidad de oportunidades educativas, donde los estudiantes puedan tomar decisiones sobre su propio aprendizaje como gestores de su propia profesionalización. (Williams, 2013)

Para el tercer objetivo específico, se seleccionan las competencias profesionales que demandarán los estudiantes de diseño gráfico de una universidad privada de Lima para el año 2030. A saber, las siguientes:

- **Innovación en Diseño Gráfico.** - El diseñador gráfico **como innovador, seguirá siendo un ser creativo** hacia el 2030, pero con nuevas herramientas, nuevas capacidades de saber ver, saber mirar. **No creará cosas nuevas las recreará, le dará otra mirada, otra perspectiva de las cosas.** La innovación va de la mano con otras competencias, se integran a ella la investigación y la gestión, por ello el diseñador del 2030 debe de tener las **capacidades creativas** alimentadas no solo con su propia experiencia, sino con los conocimientos que va adquiriendo en su formación y este otro perfil le dará las herramientas necesarias para poder afrontar el nuevo mercado.

Los actores en este estudio han coincidido en identificar directamente al diseñador como un innovador, pero adicionan a este concepto que no creará cosas nuevas, afirman que van a recrear lo ya existente.

En esta competencia, del ser creativo o ser innovador van de la mano, no por ser parte de una unidad de arte y diseño, en esta problemática de la competencia. Ser creativo en este contexto globalizado sugiere establecer cambios innovadores. Un ser creativo es a su vez divergente es quien da posibilidades de una variedad

de cambios; en cambio los innovadores son convergentes, descartan otras ideas mediante procesos analíticos. Ante esto la universidad o institución educativa debe de desarrollar estos pensamientos, considerando que este mundo es cambiante, flexible y a su vez diverso; así como lo mencionan los actores entrevistados.

“El desarrollo de la creatividad y la innovación en el sector educativo, depende de la forma en que los actores se relacionan e interpretan los cambios en términos de representaciones teóricas y prácticas, tanto de forma individual como colectiva. Son procesos multidimensionados, en los cuales intervienen factores diversos: políticos, ideológicos, económicos, ambientales, culturales y psicológicos, que afectan a todos los niveles contextuales. Creatividad e innovación son competencias que demandan ser tratadas como genéricas o transversales en la formación de profesionales, pues deben ser desarrolladas por todas las personas, independientemente del nivel educativo y del tipo de formación, siendo indispensables para el desempeño académico y el mundo laboral; deben considerarse parte de los currículos correspondientes a la formación de profesionales en los distintos campos del saber, integrando el desarrollo de conocimientos, habilidades, actitudes, aptitudes destrezas y valores que forman al profesional competente.

Formar profesionales creativos e innovadores implica el desarrollo de estas competencias en el ámbito del aula de clase y fuera de ella; implica la inclusión significativa en los contenidos programáticos en las propuestas de nuevas metodologías para el proceso enseñanza-aprendizaje, en las estrategias de evaluación permanente; es decir, una reconfiguración desde los sujetos que las gestan e implementan, pero básicamente, un cambio evolutivo en las teorías implícitas en su quehacer. La pertinencia en la formación de profesionales indica que dicho procesos debe iniciar con la creación de condiciones propicias para el desarrollo de las competencias genéricas de creatividad e innovación, propiciando la creación, difusión y consolidación de esta cultura en la comunidad educativa”. Hernández Arteaga, I.; Alvarado Pérez, J. C. & Luna, S. M. (2015).

- **Manejo de medios digitales.** - El uso de los medios como hoy lo conocemos será un elemento secundario; son las competencias digitalizadas en cada uno de los profesionales, el cual estará integrado en ellos, el mercado del 2030 requerirá profesionales de todas áreas con perfiles en competencias digitales. El profesional en el diseño **debe de tener además una inteligencia emocional con una adaptación constante** y a vez ser **líder en cada proyecto**, debe de **tener una actitud dinámica** por que el **mercado es totalmente dinámico**.

Los medios y las tecnologías son parte de la propia formación del diseñador gráfico donde **seguirá aprendiendo, adaptándose, autoformándose digitalmente**, aprovechando los avances tecnológicos para tener **una visión mas amplia del propio mundo**.

Otro de los hallazgos encontrados en este estudio son las **competencias digitalizadas** en el entorno de la educación superior. No estamos hablando de ser técnicos en el uso de la herramienta, estamos mencionando esta competencia como un recurso aprendido, incorporado desde los primeros años de estudios o desde la formación en pregrado.

Se debe de trabajar aún mas en las competencias digitalizadas, donde los estudiantes les pueda favorecer su aprendizaje permanente e inclusivo.

Según Carrasco, Sánchez (2015), mencionan que los procesos de aprendizaje en la actualidad demandan en los estudiantes de posgrado nuevas competencias para contender en la era digital sin ser excluidos. Desarrollar competencias digitales es uno de los retos y uno de los aspectos básicos de su formación, en la que si bien dominan herramientas de informática y cómputo, requieren mayor destreza en el manejo de programas, redes, e información disponible en Internet como elemento didáctico para el desarrollo de habilidades digitales y de pensamiento complejo aplicable a su desempeño académico y laboral. Este desafío es una responsabilidad compartida en la que, como señala Pedró (2009), las instituciones de Educación Superior participan rediseñando su infraestructura, sus planes y programas de estudio con aprendizajes para las competencias digitales de estudiantes y docentes, para que desde ellas, como bien apuntan Pérez, Romero y Romeu (2014), se inicie un

aprendizaje colaborativo, como estrategia para enfrentar las demandas de la sociedad y la educación global digitalizada. Finalmente, consideramos que el reto de adoptar las competencias digitales en los posgrados, debe estar inmerso en un proceso articulador y holista, que fomente el desarrollo de habilidades y que camine a la par de un modelo educativo que responda a las necesidades sociales actuales.



Figura 2: Mapa de triangulación de competencias

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Primera.- Las competencias genéricas que demandarán los estudiantes de diseño gráfico de una universidad privada de Lima para el año 2030 serán la comunicación eficaz, aprendizaje autónomo y ética y ciudadanía. Se destaca la importancia de un nuevo hallazgo como el **Lifelong learning**; se define como un **aprendizaje permanente**, un aprendizaje a lo largo de la vida, con un solo objetivo, el de ir mejorando los conocimientos, las habilidades y las propias competencias.

Segunda.- Desde el perfil del diseñador gráfico en pregrado se identificaron las competencias de investigación y de gestión de proyectos.

Los hallazgos en esta oportunidad se centran en el **la gestión de proyectos** y principalmente en ser **gestor de su propia profesionalización**.

Ser gestor de su propia profesionalización indica a un profesional con conocimientos y habilidades adquiridas como: **vocación; aptitudes autonomía, criterios** y como resultado encontramos ya una identidad, desarrollo profesional, competencias profesionales, autoevaluación, etc.

Tercera.- Las competencias profesionales que demandarán los estudiantes de diseño gráfico de una universidad privada de Lima para el año 2030, serán la innovación en el diseño gráfico y el manejo de medios digitales implicando soluciones innovadoras como agentes de cambios, manejo de estrategias, aplicación de técnicas y las competencias digitalizadas.

Cuarta.- El objetivo principal de la investigación queda desarrollado, concluyendo que es necesario incrementar, reforzar, visionar y valorar las diferentes competencias, específicas y profesionales que el futuro profesional demanda hacia el 2030 en la universidad -objeto de estudio del presente caso-.

Recomendaciones

- 1.- Continuar investigando y analizando los cambios en la formación educativa y dar como propuesta formativa en el nuevo plan de desarrollo curricular el cual se espera implantar el año 2022 en la universidad objeto de estudio.
Esta investigación es tan solo una mirada hacia el 2030, así como también pueden haber otras perspectivas investigativas para promover las nuevas competencias educativas.
- 2.- Es importante formar a futuros profesionales del diseño con las herramientas necesarias para afrontar nuevos retos en un nuevo contexto, un nuevo futuro con ciertas incertidumbres, pero para ello debemos preparar diseñadores con los conceptos y competencias necesarias, para el nuevo espacio laboral en el 2030.
- 3.- El autoaprendizaje es quizás uno de las fortalezas que se enseña al alumno en formación, pero este auto aprendizaje debe de ser continuo y fortalecido con nuevas estrategias en pregrado, acompañado por el docente, quien será el facilitador en el proceso de enseñanza y aprendizaje, con una aprendizaje constante no solo en la etapa de formación sino en toda su etapa profesional.
- 4.- Que, la universidad privada de Lima inicie el proceso de evaluación del plan curricular y revisión silábica para incorporar las competencias identificadas con miras al 2030, previa conformación de una comisión académica constituida por los actores internos y externos de la localidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar Gavira, S. y Barroso Osuna, JM (2015). La triangulación de datos como estrategia en investigación educativa. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 47, 73-88.
- Arteaga, I. H., Pérez, J. C. A., & Luna, S. M. (2015). Creatividad e innovación: competencias genéricas o transversales en la formación profesional. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 1(44), 135-151.
- Bautista, D. (2013). *Ética para la ciudadanía*. Toluca: Instituto Electoral del Estado México (IEEM).
- Bell, M. y Cordingley, P. (2014). *Características de las escuelas de alto rendimiento*. Londres: Curée Ltd .
- Cabrera, F. C. (2005). Categorización y triangulación como procesos de validación del conocimiento en investigación cualitativa. *theoria*, 14(1), 61-71.
- Carpio, H. E. M. (2013). El enfoque por competencias desde la perspectiva del desarrollo humano: aspectos básicos y diseño curricular. *Avances en Psicología*, 21(1), 9-22.
- Carrillo, G. (2015). *El currículo por competencias en la educación superior. Ponencias y debate*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.
- Castells, M. (2009). Conferencia sobre educación superior. Centro para la Transformación de la Educación Superior, Ciudad del Cabo , 7 de agosto .
- Crawford, T. (2010). *AIGA professional practices in graphic design*. New York, United States: Simon y Schuster.
- Comisión Europea. (2018). Propuesta de recomendación del consejo sobre competencias clave para el aprendizaje permanente. Bruselas <https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT> .
- Costa, J. (2018). Creación de la Imagen Corporativa. El paradigma del siglo XXI. *Razón y palabra*, 22(1_100), 356-373.
- Creswell, JW (2002). *Investigación educativa: planificación, realización y evaluación cuantitativa* (págs. 146-166). Upper Saddle River, Nueva Jersey: Prentice Hall.
- Cruz, C. (2006). Desarrollo del pensamiento matemático y del pensamiento estratégico. En R. Cantoral, O. Covián, R. Farfán, & J. Lezama, A. (Eds.),

- Investigaciones sobre Enseñanza y Aprendizaje de las Matemáticas: un reporte iberoamericano, (pp. 533-554). Echeverría Samanes, B. (2015). Gestión de la competencia de acción profesional.
- Echeverría Samanes, B. (2015). Gestión de la competencia de acción profesional.
- Fernández G. Ana (2006). Habilidades para la comunicación y la competencia comunicativa. Comunicación Educativa. 2da ed. La Habana, Pueblo y Educación. 4-5.
- Flick, U., y Blanco, C. (2014). El diseño de investigación cualitativa . Morata
- Forgas, Jorge (2006). Diseño curricular por competencias: una alternativa para La formación de un técnico competente. Curso 14 Pedagogía. Ciudad de La Habana. Editorial Pueblo y educación.
- Frascara, J. (2000). Diseño Grafico Para La Gente/graphic Design For The People: Comunicación De Masa Y Cambio Social/communication Of More Social Change. Ediciones infinito.
- Frascara, J., & Kneebone, P. (2000). Diseño gráfico y comunicación. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Hansen, R.S. (2006). Benefits and problems with student teams: suggestions for improving team projects. *Journal of Education for Business*, 82(1)
- Hernández-Mosqueda, J. S., Tobón-Tobón, S., & Vázquez-Antonio, J. M. (2014). Estudio conceptual de la docencia socioformativa. *Ra Ximhai*, 10(5), 89-101.
- Hernández Arteaga, I.; Alvarado Pérez, J. C. & Luna, S. M. (2015). Creatividad e innovación: competencias genéricas o transversales en la formación profesional. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 44, 135-151. Recuperado de <http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/620/1155>
- Hinsen, H & Robak, S. (2016). Knowledge, competencies and skills for life and work. *Adult education and development*. 83, pp. 30 -34.
- Icarte, G. A., & Labate, H. A. (2016). Metodología para la revisión y actualización de un diseño curricular de una carrera universitaria incorporando conceptos de aprendizaje basado en competencias. *Formación universitaria*, 9(2), 03-16.

- Irigoyen, L. F., Tobin, M. A., & García, A. E. (2015). *Agentes dinámicos en la enseñanza del diseño gráfico*. Hermosillo (México): Universidad de Sonora- Qartuppi.
- Juliá, M.T. (2016). *Propuestas para la formación de competencias genéricas en el pregrado profesional: el desafío de la formación de las competencias genéricas de autonomía, ciudadanía, sensibilidad y compromiso ético en Psicología*. Ponencia presentada en el conversatorio *Competencias genéricas: aprendizaje autónomo y ética y ciudadanía en el contexto del sistema educativo chileno*. PUCP. Lima, 29 de febrero.
- Le Boterf, G. (2001). *Ingeniería de las competencias*. Gestión 2000.
- Lehrer, J. (2006). *Design Studies: Theory and Research in Graphic Design*, edited by Audrey Bennett. *PRINT-NEW YORK THEN CINCINNATI-*, 60(5), 172.
- León, I. (2001). *Aprendizaje: idea y concepto*. Ponencia presentada en el II Foro La Problemática en la Enseñanza de las Matemáticas. México DF, México: Instituto Tecnológico de Mexicali.
- Litwin, E. (2008). *El oficio de enseñar*. Buenos Aires, Argentina: Paidós
- Lomas, C., & Tusón, A. (2009). *Enseñanza del lenguaje, emancipación comunicativa y educación crítica*. México: Edere.
- Lozano, M. E. E. C., Olavarría, C. S., & Olvera, A. C. (2015). *Las competencias digitales en estudiantes del posgrado en educación*. *Revista Lasallista de Investigación*, 12(2), 10-18.
- Lustig, A., Bierut, M., Helfand, J., Heller, S., & Poynor, R. (2005). *¿qué es un diseñador?* Buenos Aires, Argentina: Infinito.
- MacLuhan, M. (2018) *El medio es el mensaje*. Barcelona: Paidos.
- Mejía, E., Ñaupas, H., Novoa, E., & Villagómez, A. (2014). *Metodología de la investigación Cuantitativa–Cualitativa y Redacción de la Tesis*. Ediciones de la U. Cuarta edición: Bogotá, Colombia.
- Méndez Álvarez, C. E. (2001). *Metodología: Diseño y desarrollo del proceso de investigación* (No. H 62. M46 2001).
- Mendoza, Y. D. S. (2017). *Aprendizaje autónomo y competencias*. *Dominio de las Ciencias*, 3(1), 241-253.
- Moreno, M. T., & Cobo, G. (2015). *Gestión curricular por competencias y docencia universitaria*. *En Blanco y Negro*, 6(1).


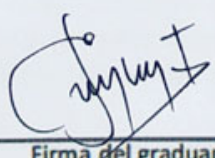
- Perrenoud, P. (2006) *“La universidad entre la trasmisión de saberes y desarrollo de competencias”*. Pedagogía y Saberes 24, pp. 67-77. Bogotá, Universidad Pedagógica Nacional, Facultad de Educación. Recuperado de: <https://revistas.pedagogica.edu.co/index.php/PYS/article/view/6784>
- Salkind, NJ (Ed.). (2008) Enciclopedia de psicología educativa . SAGE publicaciones.
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., Lucio, P. B., Valencia, S. M., & Torres, C. P. M. (1998). Metodología de la investigación (Vol. 6). México, DF: Mcgraw-hill.
- Santa Cruz, O. (2018) *Historia del Diseño Gráfico*. Lima, Perú: Noche de Sol
- SINEACE. (2013). Educación Superior en el Perú: Retos para el Aseguramiento de la Calidad. MINEDU.
- SUNEDU (2017) Informe Bienal: Sobre la realidad universitaria peruana. SUNEDU
- Tejada Fernández, J., & Pozos Pérez, K. V. (2016). Nuevos escenarios y competencias digitales docentes: hacia la profesionalización docente con TIC.
- Terry I. (2015) Diseño de la transición: una propuesta para una nueva área de práctica de diseño, estudio e investigación. *Diseño y Cultura*. 7: 2, (229-246). DOI:10.1080 / 17547075.2015.1051829
- Tobón, S. (2007). El enfoque complejo de las competencias y el diseño curricular por ciclos propedéuticos. *Acción pedagógica*, 16(1), 14-28.
- Yamada, G., Castro, J. F., & Rivera, M. (2012). Educación superior en el Perú: Retos para el aseguramiento de la calidad. Lima, Perú: SINEACE.
- UNESCO. (2005). Educación para todos: El imperativo de la Calidad. Informe de seguimiento de la Educación para Todos en el Mundo. UNESCU.
- Vargas José (2001). Las reglas cambiantes de la competitividad global en el Nuevo milenio. Las competencias en el nuevo paradigma de la globalización. *Revista Iberoamericana de Educación*, octubre. Disponible en www.rieoei.org/deloslectores/186Vargas.PDF (consulta 2010, abril 22)
- Vidal Chávarri, A. M. R. (2013). SISCONN y el logro de competencias en los estudiantes del primer ciclo de la carrera de Arte y Diseño Empresarial. Lima, Perú
- Villardón-Gallego, L. (2015). Competencias Genéricas en Educación Superior: metodologías específicas para su desarrollo (Vol. 40). Narcea Ediciones.

Williams, M. (2013). Competency-based learning: Proof of professionalism.
Editorial Board 4, 10.


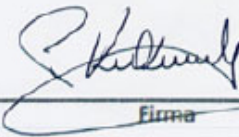
Zatarain, C. (2015) *La didáctica en el diseño gráfico ¿Qué, cómo y para qué enseñar? Agentes dinámicos en la enseñanza del diseño gráfico*. 1, (1). 9-15.

ANEXOS

Anexo 01: Declaración de Autenticidad

	Universidad Ricardo Palma	Escuela de Posgrado
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y NO PLAGIO		
DECLARACIÓN DEL GRADUANDO		
Por el presente, el graduando: <i>(Apellidos y nombres)</i>		
Víctor Enrique Chiroque Landayeta		
en condición de egresado del Programa de Posgrado:		
Maestría en Docencia Superior		
deja constancia que ha elaborado la tesis intitulada:		
“Competencias profesionales que demandan los estudiantes de Diseño Gráfico de una universidad privada al 2030”		
<p>Declara que el presente trabajo de tesis ha sido elaborado por el mismo y no existe plagio/copia de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por cualquier persona natural o jurídica ante cualquier institución académica, de investigación, profesional o similar.</p> <p>Deja constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no ha asumido como suyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o de la Internet.</p> <p>Asimismo, ratifica que es plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asume la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento y es consciente de las connotaciones éticas y legales involucradas.</p> <p>En caso de incumplimiento de esta declaración, el graduando se somete a lo dispuesto en las normas de la Universidad Ricardo Palma y los dispositivos legales vigentes.</p>		
 Firma del graduando		10.02.2020 Fecha

Anexo 02: Autorización de consentimiento para realizar la investigación

	Universidad Ricardo Palma	Escuela de Posgrado
AUTORIZACIÓN PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN		
DECLARACIÓN DEL RESPONSABLE DEL AREA O DEPENDENCIA DONDE SE REALIZARA LA INVESTIGACIÓN		
Dejo constancia que el área o dependencia que dirijo, ha tomado conocimiento del proyecto de tesis titulado:		
"Competencias profesionales que demandan los estudiantes de Diseño Gráfico de una universidad privada al 2030"		
el mismo que es realizado por el Sr./Srta. Estudiante (Apellidos y nombres):		
Chiroque Landaveta, Víctor Enrique		
, en condición de estudiante - investigador del Programa de:		
Maestría en Docencia Superior		
Así mismo señalamos, que según nuestra normativa interna procederemos con el apoyo al desarrollo del proyecto de investigación, dando las facilidades del caso para aplicación de los instrumentos de recolección de datos.		
En razón de lo expresado doy mi consentimiento para el uso de la información y/o la aplicación de los instrumentos de recolección de datos:		
Nombre de la empresa:	Autorización para el uso del nombre de la Empresa en el Informe Final	<input checked="" type="checkbox"/> NO
Pontificia Universidad Católica del Perú		
Apellidos y Nombres del Jefe/Responsable del área:	Cargo del Jefe/Responsable del área:	
Kukurelo Del Corral, María del Pilar	Secretaría Académica	
Teléfono fijo (incluyendo anexo) y/o celular:	Correo electrónico de la empresa:	
6262000 / 5606	mkukurelo@pucp.pe	
 Firma		10/02/2020 Fecha
M. del Pilar Kukurelo D. Secretaría Académica Facultad de Arte y Diseño PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL PERÚ		

Anexo 03: Matriz de Consistencia

Tabla 05:
Matriz de Consistencia

Problemas Principal	Objetivos General	Categorías	Subcategorías	Metodología
¿Cuáles son las competencias profesionales que demandan los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de una universidad privada de Lima para el año 2030?	¿Analizar las competencias profesionales que demandan los estudiantes de la especialidad de Diseño Gráfico de una universidad privada para el año 2030?	Competencia profesional	3 Genéricas 4 Específicas 5 Especializadas 6 Comunicación eficaz 7 Aprendizaje Autónomo 8 Investigación 9 Ética y ciudadanía 10 Participación en gestión de proyectos 11 Innovación en Diseño Gráfico 12 Manejo de medios digitales	Tipo de investigación Cualitativa Técnicas de observación , entrevistas
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	subcategorías		Preguntas
1. ¿Cuáles serán las competencias genéricas que demandan los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de una universidad privada de Lima hacia el 2030?	1.- Identificar las competencias genéricas que demandan los estudiantes de diseño gráfico de una universidad privada de Lima para el año 2030.	SC1: Comunicación Eficaz: a. Efectivo b. Coherencia c. Integral d. Lenguaje con fundamentos SC2: Aprendizaje autónomo a. Interpretar b. Organizativo		SC1: 1.- ¿Cuáles son las habilidades que se requieren para una comunicación eficaz que demandarán los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de una universidad privada de Lima para el año 2030?

		<p>c. Adaptabilidad</p> <p>SC3: Ética y ciudadanía</p> <p>a. Reflexiona</p> <p>b. Actitud crítica</p> <p>c. Respeto</p>		<p>SC2: 2.- ¿Cuáles son las estrategias del aprendizaje autónomo que demandan los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de una universidad privada de Lima para el año 2030?</p> <p>SC:3. ¿Cuáles son las competencias para un trabajo en ética y ciudadanía que demandan los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de una universidad privada de Lima para el año 2030?</p>
<p>2. ¿Cuáles serán las competencias específicas que demandan los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de una universidad privada de Lima?</p>	<p>2.- Identificar las competencias específicas que demandan los estudiantes de diseño gráfico de una universidad privada de Lima para el año 2030.</p>	<p>SC1: Investigación</p> <p>a. Genera conocimiento</p> <p>b. Sistematiza</p> <p>c. Crítico</p> <p>d. Desarrolla</p>		<p>SC1.- ¿Cuáles son las habilidades investigativas que demandan los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de una universidad privada de Lima para el año 2030?</p> <p>SC2:- ¿Cuáles son las habilidades de</p>

		<p>SC2: Gestión de proyectos</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Gestor b. Organiza c. Articula estructuras d. Construye 	<p>participación en gestión de proyectos que demandan los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de una universidad privada de Lima para el año 2030 para un trabajo en equipo?</p>
<p>3. ¿Cuáles serán las competencias de la especialidad que demandan los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de una universidad privada de Lima?</p>	<p>3.- Seleccionar las competencias de la especialidad que demandan los estudiantes de diseño gráfico de una universidad privada de Lima para el año 2030.</p>	<p>SC1: Innovación en el Diseño Gráfico</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Soluciones innovadoras b. Generar cambios c. Uso de estrategias <p>SC2: Manejo de medios Digitales</p> <ul style="list-style-type: none"> a.- Uso de medios digitales b.- Aplicar técnicas 	<p>SC1.- ¿Cuáles serían las habilidades para innovar en el diseño que demandan los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de una universidad privada de Lima para el año 2030?</p> <p>SC2.- ¿Cuáles serían las habilidades en el manejo de medios digitales que demandan los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de una universidad privada de Lima para el año 2030?</p>

Elaboración propia

Anexo 04: Protocolos

VALIDACION DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: "Entrevista a alumnos, docentes, egresados, empleadores, autoridad".

OBJETIVO: Registrar información obtenida para posterior procesamiento

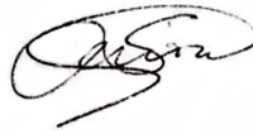
DIRIGIDO A: Docentes, alumnos, egresados, empleadores y una autoridad de la universidad privada de Lima.

APELLIDOS Y NOMBRES

DEL EVALUADOR: Cesar Antonio Soria Morales

GRADO ACADEMICO

DEL EVALUADOR: Magister en Gerencia Social Con Mención En Gerencia De Programas Y Proyectos De Desarrollo



VALIDACION DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: “Entrevista a alumnos, docentes, egresados, empleadores, autoridad”.

OBJETIVO: Registrar información obtenida para posterior procesamiento

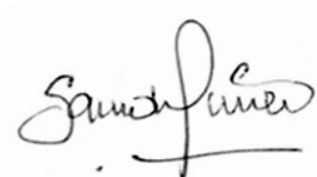
DIRIGIDO A: Docentes, alumnos, egresados, empleadores y una autoridad de la universidad privada de Lima.

APELLIDOS Y NOMBRES

DEL EVALUADOR: Sandra Tineo Sanguinetti

GRADO ACADEMICO

DEL EVALUADOR: Magister en Antropología Visual

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sandra Tineo Sanguinetti', with a stylized flourish at the end.

VALIDACION DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: “Entrevista a alumnos, docentes, egresados, empleadores, autoridad”.

OBJETIVO: Registrar información obtenida para posterior procesamiento

DIRIGIDO A: Docentes, alumnos, egresados, empleadores y una autoridad de la universidad privada de Lima.

APELLIDOS Y NOMBRES

DEL EVALUADOR: Valenzuela Suárez, Claudia Catherine

GRADO ACADEMICO

DEL EVALUADOR: Magístra en Historia del Arte y curaduría

Firma:



Consentimiento Informado para entrevista

La presente entrevista se enmarca dentro del proceso de investigación para la obtención de la maestría en docencia superior. Teniendo como título “**Competencias profesionales que demandan los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de una universidad privada de Lima al 2030**”.

Como parte de esta investigación se está entrevistando a diferentes actores: alumnos, egresados, docentes, empleadores y el decano de la facultad de arte y diseño.

En ese sentido, esta entrevista tiene como objetivo recoger todos los aspectos sobre las competencias genéricas, específicas y profesionales; las cuales me ayudaran a encontrar una alternativa académica hacia el futuro de la especialidad.

Su participación en esta entrevista es voluntaria. Si usted accede, se le pedirá responder una serie de preguntas que serán grabadas. La duración de la entrevista tendrá un máximo de una hora. La información brindada será confidencial y no se empleará fuera del marco del proceso de investigación.

Si tiene alguna duda sobre este proceso, puede hacer preguntas en cualquier momento durante la entrevista. Además, si tuviera algún inconveniente puede interrumpir la entrevista si lo desea.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo, _____ (nombre del entrevistado) manifiesto que se me ha explicado la finalidad y condiciones de la presente entrevista y acepto voluntariamente realizarla. Además, entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada.

Firma del Participante

Fecha

Anexo 05: Instrumentos

MATRIZ DE ANALISIS DE CONTENIDO / Egresados

PREGUNTA: 1	RESPUESTAS		
	EGR1	EGR2	EGR3
¿Qué factores son los necesarios para que, en el contexto del ámbito profesional y laboral, el futuro diseñador gráfico se comunique eficazmente? ,			
Categorías/ códigos	Comunicación Eficaz (CE) Valor comunicativo (VC) Futuro profesional (FP) Limites comunicacionales (LC)		
Análisis de contenido			
Extracto			

MATRIZ DE ANALISIS DE CONTENIDO / Egresados

PREGUNTA: 2	RESPUESTAS		
	EGR1	EGR2	EGR3

¿De qué manera, cree usted que la habilidad del aprendizaje autónomo es importante para el futuro diseñador gráfico del 2030? ¿El futuro diseñador gráfico, podría utilizar esta habilidad en un término de diez años?			
Categorías/ códigos	Aprendizaje autónomo (AA) Valor aprendizaje (VA) Futuro profesional (FP) Limites comunicacionales (LC)		
Análisis de contenido			
Extracto			

MATRIZ DE ANALISIS DE CONTENIDO / Egresados

PREGUNTA: 3	RESPUESTAS		
	EGR1	EGR2	EGR3
¿Cómo aporta la ética y ciudadanía a la formación del diseñador gráfico? Considerando el respeto, la actitud y la reflexión. ¿Por qué?			

Categorías/ códigos	Etica Ciudadanía (EC) Valor ético (VE) Futuro profesional (FP) Limites éticos (LC)
Análisis de contenido	
Extracto	

MATRIZ DE ANALISIS DE CONTENIDO / Egresados

PREGUNTA: 4	RESPUESTAS		
	EGR1	EGR2	EGR3
¿Considera como investigador , una competencia importante para el perfil profesional del futuro diseñador gráfico en el año 2030?			
Categorías/ códigos	Investigacion (IN) Valor investigativo (VI) Profesional Investigador (FI) Limites investigativos (LI)		
Análisis de contenido			
Extracto			

MATRIZ DE ANALISIS DE CONTENIDO / Egresados

PREGUNTA: 5	RESPUESTAS		
	EGR1	EGR2	EGR3

¿Considera que es importante la participación del diseñador gráfico en diversos proyectos , como gestores , articulando, organizando y produciendo para el año 2030? ¿Por qué?			
Categorías/códigos	Diseñador Gestor (DG) Gestores de proyectos (GP) Futuro Gestor (FG) Limites en gestión (LG)		
Análisis de contenido			
Extracto			

MATRIZ DE ANALISIS DE CONTENIDO / Egresados

PREGUNTA: 6	RESPUESTAS		
	EGR1	EGR2	EGR3
¿Cree que la innovación en el Diseño es importante para el futuro profesional del diseño gráfico hacia el 2030?			

Categorías/ códigos	Innovacion en Diseño (ID) Valor investigativo (VI) Profesional Investigador (PI) Limites investigativos (LI)
Análisis de contenido	
Extracto	

MATRIZ DE ANALISIS DE CONTENIDO / Egresados

PREGUNTA: 7	RESPUESTAS		
	EGR1	EGR2	EGR3
¿Es importante que el futuro diseñador gráfico tenga las habilidades de manejo de nuevas tecnologías o medios digitales en el 2030? ¿Por qué?			
Categorías/ códigos	Manejo de medios (MD) Valor Medios (VM) Profesional en medios (PM) Limites en medios(LM)		
Análisis de contenido			
Extracto			