PALABRAS

CLAVE: DISEÑO,
INFORMACIÓN, CALI,
COMUNICACIÓN,
CANALES.

VISUALIZACIÓN DEL FLUJO DE INFORMACIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO EN LA CIUDAD DE CALI

016

<https://doi.org/10.53972/RAD.eifd.2018.1.19>

RECIBIDO 17/08/2018

ACEPTADO 06/09/2018

APROBADO 22/10/2018

MARÍA ALEJANDRA POSADA
GARZÓN Y ANDREA MEDINA
GÓMEZ,

Pontificia Universidad Javeriana Cali,
Cali, Colombia.

Resumen: En el diseño en Cali se evidencian brechas de comunicación debido a la imprecisión de la información sobre la disciplina, la cual no llega otros escenarios de los especializados, de manera que los diseñadores obtienen un bajo reconocimiento por la industria y el mercado.

Así, se propone conocer los canales de comunicación más idóneos, las diferencias laborales entre el independiente y el empleado; y las líneas de trabajo para detectar aspectos relacionados con el entorno laboral y sus oportunidades de acción en la ciudad. En consecuencia, el objetivo es comprender el diseño en Cali a partir de las experiencias en la construcción de proyectos, la participación de los diseñadores y la identificación de las necesidades laborales más comunes.

En una encuesta y una serie de entrevistas realizadas a estudiantes, profesionales, académicos y empresarios, el 70% considera que hay una carencia en el flujo de información; además el medio más usado es el voz a voz y; la necesidad por hacer efectiva la comunicación para solucionar problemas usuales, se hace urgente.

Los resultados más relevantes se enfocaron en la importancia de los principales canales identificados para la divulgación del diseño con el fin de beneficiar las relaciones y el trabajo colaborativo.

1. Contexto

En el ámbito del diseño gráfico en Cali, factores cómo las brechas de comunicación en la emisión y recepción de información, y las altas tasas de desempleo en Colombia, según lo registra el periódico El País (2018), donde en el Valle del Cauca, hubo un alza de más del 11% en 2017, mientras que en 2016 se registraron 133.000 personas desempleadas se incrementó a 150.000, se reflejan en diversos escenarios de desempeño de la disciplina del diseño como la empresa, la economía y la academia.

Un informe de la Cámara de Comercio de Cali, reportó la creación de 24.024 empresas y la renovación de 70.847, un 8% más que en 2016. En efecto, este incremento fortaleció el tejido empresarial y estimuló la inversión (Cámara y Comercio de Cali, 2017). Así mismo se evidencia que el 50% de las personas que emprenden en Colombia se encuentran tienen entre 25 y 44 años de edad (Global Monitor Entrepreneurship Monitor, 2012). De manera que se prevé un cambio de pensamiento hacia el emprendimiento en la población joven caleña y en acuerdo con García, una de las estrategias más utilizadas para afrontar la crisis de desempleo en un país es el fomento del emprendimiento empresarial en jóvenes (2015); además el Banco Mundial afirma que aunque los jóvenes latinoamericanos encuentran dificultades a la hora de obtener un puesto dentro de una empresa por la falta de experiencia, esto se convierte en una variable positiva e incentiva la autonomía e impulsa la apuesta a la proposición de ideas de negocio.

En línea, el gobierno colombiano, desde la Constitución de 1991, ha buscado proporcionar el fomento de las iniciativas de investigación e inversión para el desarrollo empresarial (González y Arenas 2017); así como también se han logrado hallar instituciones públicas y privadas con el mismo objetivo, con lo cual ha sido posible la creación de programas

especializados como el Fondo Emprender del SENA, Empréndelo de la Cámara y Comercio de Cali, la Semana del empresario y exportador, el Plan Padrino, entre otros que buscan facilitar la ejecución del diseño y fortalecer sus estrategias de exportación (Portafolio, 2016), lugares en donde se ha detectado la creación de figuras como el diseñador-productor o diseñador-autor¹. Tal como lo indica el diseñador canadiense Bruce Mau, el nuevo enfoque reemplaza la división del trabajo con síntesis, entre clientes y comisiones con colaboradores y socios, que ejecutan tareas con un terreno de negociación, con un rendimiento y una retroalimentación al máximo. (2003)

Al respecto, el panorama caleño se muestra expectante entre los jóvenes diseñadores, hay una disposición por trabajar como independiente y conformar sociedades afines a sus capacidades, habilidades y metodologías de trabajo en oposición a los modelos tradicionales de las agencias de publicidad o empresas de otro sector; la figura diseñador-autor cobra importancia dentro de los estudios de diseño de la ciudad, que priorizan el desarrollo de proyectos a través de procedimientos flexibles basados en la retroalimentación constante con el usuario, la rigurosidad en la selección de proyectos sin temor a rechazar aquellos ajenos a la visión del estudio y la ruptura de la estructura piramidal de la empresa por una horizontal sin roles definitivos.

Por otra parte está la academia, donde se detectan valientes intenciones con interesantes iniciativas, que permiten visualizar diferentes profesionales del área del diseño locales, nacionales e internacionales a partir de la difusión del conocimiento en charlas y debates, con el objetivo de orientar los intereses laborales de los diseñadores próximos a recibir su título, mediante casos reales de profesionales independientes, autores o empleados que sirven de referencia, así como también mejorar la comunicación con el entorno.

¹ Basándose Bruce Mau en las palabras de Walter Benjamin sobre su libro *El autor como productor* (2005), donde se argumenta que el escritor tiene dos opciones: ser un simple abastecedor intelectual, o transformar el medio de producción; propone la figura de el “productor como autor” en la cual, el diseñador emprende la investigación y el refinamiento de ideas desde el inicio del proyecto, a veces junto con el escritor; a veces explorando otras posibilidades de forma independiente. Un compromiso cercano con el contenido es claramente esencial antes de que se pueda reclamar algo como la autoría.

Ahora bien, aunque desde la indagación se hallaron algunos procesos de emprendimiento empresarial y la constitución de metodologías propias del diseño en las iniciativas o sociedades en los jóvenes caleños, se hace evidente la falta de reconocimiento del trabajo de los diseñadores en la ciudad, se cree es consecuencia de la baja afluencia de divulgación e información de los eventos reconocidos en la ciudad que tienen que ver con la disciplina.

Es de resaltar entonces que una de las conclusiones de mayor impacto se dirige hacia la comprensión de los diseñadores caleños actuales y futuros, en un ámbito innovador de autonomía y emprendimiento en el cual se busca mejor posicionamiento a través del conocimiento, la experiencia y la experticia sobre lo que hacen para impactar la sociedad actual pero también nuevos grupos que desde ya se proyectan hacia el cumplimiento de objetivos con compromisos puntuales en el entorno que habitan. Esto hace que el diseñador del mañana tenga retos de responsabilidad social pero también de colaboración en el trabajo entre pares para lograr una mejor comunicación propia y con los demás, ya sea con la empresa, colegas, otros profesionales y la sociedad.

2. Metodología:

El desarrollo metodológico se define mixto (datos cualitativos y cuantitativos), de donde se ha obtenido información relevante sobre las relaciones laborales en el ámbito del diseño gráfico en la ciudad de Cali, ver tabla 1, mediante la aplicación de instrumentos de indagación en profundidad como la encuesta a estudiantes y egresados de diseño y la entrevista a expertos en diseño. Los datos obtenidos fueron generalizados y analizados para reconocer la estructura del diseño actual local y, así plantear los siguientes hallazgos de la interacción con los actores:

Profesionales en Diseño Gráfico

Empresarios de Cali

Académico del Instituto de Bellas Artes Cali

Egresados y estudiantes de la PUJ Cali

Tabla 1
Características Generales Actores

Emprendedores.	Necesidad de mayor información sobre el campo laboral.	Interesados en la difusión del conocimiento.	Necesidad de herramientas de comunicación gráfica.
Autofinanciamiento de los espacios.	Necesidad de mayor posicionamiento de su trabajo.	Mentalidad de emprendimiento.	Desconocimiento del ámbito de diseño gráfico en Cali.
Metodologías de trabajo centradas en el usuario.	Mentalidad de comunidad.	Mentalidad de comunidad.	Trabajo individual.
Actualmente viven y trabajan en Cali.	Mentalidad de emprendimiento e independiente.	Profesionales en Diseño Gráfico.	Desconfianza en el diseñador gráfico profesional.

Tabla 1. Muestra una matriz de doble entrada, que ayuda a la organización y sistematización de la información según la Universidad Nacional Autónoma de México (2018).

2.1. Fase Cualitativa:

La fase cualitativa de la investigación, ha incluido el trabajo con expertos mediante la aplicación de entrevistas. Con este proceso se han corroborado las hipótesis halladas en la investigación del proyecto sobre las brechas de comunicación que existen en el ámbito del diseño gráfico de Cali y la necesidad de generar acciones colectivas que mejoren el posicionamiento de los profesionales.

Tipo de Muestreo: Muestreo no probabilístico para método cuantitativo.

Técnica de muestreo: Muestreo por redes.

Población Objetiva: Diez profesionales fundadores de estudios de diseño, dos empresarios del sector cultural que contratan diseño y un profesor del Instituto de Bellas Artes de Cali entre 25 y 40 años.

Instrumento de medición: Entrevista.

Trabajo de campo: Las entrevistas otorgadas por este grupo tuvieron lugar en la ciudad de Cali, entre marzo y abril del 2018. Cada una de ellas fue desarrollada en el contexto o lugar

de trabajo de los actores con el objetivo de obtener la mayor información posible, sobre su *modus operandi* y las falencias o necesidades a las que se enfrenta diariamente.

Con este procedimiento se lograron encontrar una serie de coincidencias en sus opiniones respecto al ámbito del diseño gráfico y de diferencias en sus metodologías de trabajo y estructura empresarial.

- **Las coincidencias más relevantes para el estudio son:** Existen brechas de relación entre los ámbitos laborales, académicos y sociales a causa de una divulgación baja o nula de la información desarrollada diariamente dentro del diseño; esta información en la mayoría de los casos, no llega a escenarios distintos a los especializados en el oficio sin ser conocida por la industria, algunos usuarios o clientes potenciales. La iniciativa de acciones colectivas entre los actores involucrados puede mejorar significativamente la visualización tanto de los estudios de diseño en la ciudad como de la información producida y los cinco estudios de diseño promueven la estructura horizontal dentro de la empresa, en la cual los roles cambian dependiendo de los proyectos en desarrollo.
- **Las diferencias más relevantes para el estudio son:** Cuatro de cinco estudios de diseño, poseen un cronograma de trabajo y es conocido por los empleados y tres de los cinco estudios están registrados dentro de la Cámara de Comercio de Cali.

Matriz Sectorial: En esta matriz, se presentan los criterios encontrados con las entrevistas.

Casos - Actores involucrados:

Profesionales en Diseño Gráfico.

Empresarios de Cali.

Académico del Instituto de Bellas Artes Cali.

Criterios del proyecto para la indagación con actores específicos:

Con las opiniones generadas en las entrevistas a los expertos sobre el ámbito del diseño gráfico en Cali, se plantearon una serie de criterios

tales como la creación de comunidad, la correcta utilización de los canales de comunicación, la realización de emprendimientos y la idea de trabajo en co-producción (diseñador productor), los cuales permitirán identificar las necesidades más urgentes a nivel laboral y fortalecer en el uso de metodologías de trabajo colaborativo. La escala de medición utilizada es de 1 a 5, donde 1 es nada aproximado y 5 muy aproximado a los criterios definidos para el estudio, ver tabla 2; el sistema de puntuación está basado en la escala de Wong-Baker en el campo de la medicina quien determina el rango del dolor del paciente mediante una escala numérica ascendente, donde a mayor puntuación mayor sensación de dolor (Gonzáles, 2016).

Tabla 2 Matriz Sectorial de profesionales					
Casos	Criterios				Total
	Creación de comunidad	Canales de comunicación	Emprendimiento	Diseñador Productor
5	3	5	5	18/20
3	2	5	3	13/20
4	2	4	4	14/20
Total	12/15	7/15	14/15	12/15	

Tabla 2. Muestra una matriz de doble entrada, que ayuda a la organización y sistematización de la información según la Universidad Nacional Autónoma de México (2018).

2.2. Fase cuantitativa de la investigación:

Tipo de muestreo: Muestreo no probabilístico para método cuantitativo.

Técnica de muestreo: Muestra por conveniencia.

Población objetivo: 27 Jóvenes estudiantes y profesionales entre los 18 y 25 años de Diseño de la Comunicación Visual de la Pontificia Universidad Javeriana Cali.

Instrumento de medición: El instrumento de medición más adecuado para conocer la opinión del público objetivo arriba definido, ha sido la encuesta estructurada como herramienta que suele utilizarse para la observación y la experimentación.

Trabajo de Campo: La encuesta se realizó en el mes de mayo de 2018. A partir de los resultados, se seleccionaron las respuestas más relevantes para el estudio con el fin cruzar datos con las opiniones de los expertos en las entrevistas y encontrar puntos de convergencia hacia las necesidades laborales, las falencias, los aciertos y las metodologías de trabajo. Los criterios a tener en cuenta son la creación de comunidad, la correcta utilización de los canales de comunicación, la realización de emprendimientos y la idea de trabajo en co-producción (diseñador productor).

Análisis de resultados más relevantes:

1. La mejor forma de trabajar dentro de la ciudad en la actualidad con un 62% es como independiente o freelancer, según los estudiantes y egresados. De manera que se visualiza un cambio de mentalidad entre los jóvenes hacia la autonomía en el campo laboral, ver figura 1.

Figura 1. Argumenta el cambio de pensamiento a emprendimiento y autonomía en los jóvenes según el Banco Mundial (2017). Los datos se obtuvieron en la encuesta y en las entrevistas a expertos realizadas en el 2018.

2. A los estudiantes y egresados les gustaría crear o pertenecer a una sociedad con un 90% de afirmación. Por consiguiente, se hace necesario mejorar la visualización de la información sobre la creación de empresa que algunas instituciones públicas y privadas desarrollan en la ciudad para tal fin, ver figura 2.

Figura 2. Basándose en los datos de la Cámara y Comercio de Cali (2018), se evidencia la proposición de ideas de negocio en jóvenes caleños con la encuesta realizada en mayo del 2018.

1791

3. Estos consideran que la información sobre las ofertas laborales en Cali, con un 71% de afirmación es limitada. Como consecuencia se presentan oportunidades de posicionamiento poco alentadoras y de bajo reconocimiento tanto de los profesionales como de sus trabajos por la industria y el mercado, ver figura 3.

Figura 3. La gráfica evidencia la problemática con los canales de comunicación en la ciudad de Cali para la difusión de la información sobre el ámbito del diseño gráfico. Los datos se obtuvieron en la encuesta y en las entrevistas a expertos realizadas en el 2018.

4. La gran mayoría de las veces los estudiantes y egresados se han enterado tanto de ofertas laborales como de información respecto al ámbito del diseño mediante (1) referencias de amigos o conocidos con un 37,5% de puntaje de 5 y (2) por portales web con un 29,2% de puntaje de 5, (según una escala de valoración de 1 a 5 siendo, 5 muy relevante). Por consiguiente los canales de comunicación que transmiten información específica sobre el diseño gráfico en la ciudad, no alcanzan otros escenarios distintos de los especializados en el oficio, lo que hace que los interesados tengan difícil acceso a la información, ver figura 4.

Figura 4. La gráfica evidencia la problemática con los canales de comunicación en la ciudad de Cali para la difusión de la información sobre el ámbito del diseño gráfico. Los datos se obtuvieron en la encuesta y en las entrevistas a expertos realizadas en el 2018.

2.3. Matriz sectorial, Datos cruzados

Casos - Actores involucrados

- Profesionales en Diseño Gráfico.
- Empresarios de Cali.
- Académico del Instituto de Bellas Artes Cali.
- Egresados y estudiantes de la PUJ Cali.

Criterios del proyecto para la indagación con actores específicos:
Como resultado de los análisis anteriormente expuestos, se plantearon los siguientes criterios: (1) implementación de la autofinanciación, (2) posicionamiento del capital creativo, (3) creación de redes, (4) desarrollo del trabajo en un ambiente interdisciplinar. Con el fin de identificar los modelos de trabajo y las estrategias que tanto los egresados y estudiantes de diseño como los profesionales, empresarios y académicos utilizan en su cotidianidad. La escala de medición de la matriz está definida en puntajes de 1 a 5, en donde 5 se considera muy aproximado a estos criterios y 1 nada aproximado, ver tabla 3.

Tabla 3 Matriz Sectorial opiniones similares					
Casos	Criterios				Total
	Autofinanciación	Posicionamiento	Redes	Interdisciplinar
5	4	4	4	17/20
5	2	2	3	12/20
4	3	3	4	14/20
3	2	2	2	9/20
Total	17/20	11/20	11/20	13/20	

Tabla 3. Muestra una matriz de doble entrada, que ayuda a la organización y sistematización de la información según la Universidad Nacional Autónoma de México (2018).

2.4. Touch Points de la investigación

Con la investigación se logró visualizar entre enero y mayo de 2018 una serie de Touch Points entre los actores involucrados, entendidos como puntos de contacto que sirven de base a los individuos para elaborar juicios en su aproximación con un agente externo, en este caso entre los actores involucrados (Isaza, 2015), ver figura 5.

Los Touch Points permitieron la proposición de eventos, proyectos e iniciativas dentro del ámbito del diseño gráfico en Cali, algunos ejemplos son:

1. Festival de diseño: Noviembre del 2018 (Ternario y Luz Negra).
2. Workshop: Marzo del 2018 (Velóve y Cuántika).
3. Ingreso a la base de datos de la Oficina de Práctica de la Universidad Javeriana Cali en el mes de Abril del 2018. (Velóve, Cuántika y Estudiantes PUJ).
4. Contacto y participación en charlas para la Universidad de Bellas Artes. (Cuántika y Bellas Artes-Juan Carlos).
5. Reuniones personales y laborales entre marzo y junio del 2018. (Cactus, Cuántika y Luz Negra).

Figura 5. Muestra el diagrama de relaciones entre los actores. Los datos se obtuvieron en la encuesta y en las entrevistas a expertos realizadas en el 2018.

3. Conclusión

El desarrollo de la investigación permitió conocer la situación actual del ámbito del diseño gráfico en Cali, con lo cual se enumeran los siguientes aspectos:

- La importancia de la autofinanciación en los estudios de diseño de la ciudad y la necesidad de asesorías con entidades públicas y privadas para que estudiantes y egresados puedan hacerlo posible formalmente.
- La necesidad mejorar las relaciones y crear grupos interdisciplinarios entre los estudiantes y egresados, los profesionales, los empresarios y los académicos que permita el flujo de información y un mejor entendimiento de la actividad del diseño en la ciudad.
- Se observa cómo la metodología de trabajo colaborativo identificada en los estudios de diseño, genera una estabilidad laboral, social y de producción en los actores del ámbito del diseño gráfico.
- El desarrollo del trabajo interdisciplinar en los estudios de diseño y se creación de alianzas estratégicas.

De manera que los diseñadores actuales y futuros, se enfrentan a la creación de estrategias de comunicación, mejorar la visualización de los espacios de convergencia que diariamente se crean en la ciudad y promover la colaboración en el campo laboral con el fin de posicionar su trabajo y generar discusiones fructíferas sobre el diseño; tomando como principal referente los estudios de diseño los cuales han logrado consolidar metodologías de trabajo colaborativas, que han permitido una estabilidad económica y laboral durante los últimos seis años gracias a la autofinanciación y el trabajo en equipo.

4. Referencias

Apoyo al emprendimiento colombiano desde todos los niveles. (30 de Septiembre de 2016). Portafolio. Recuperado de <http://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento/apoyo-emprendimiento-colombianos-500697>

Banco Mundial. (2015). Los jóvenes emprendedores que miran más allá del dinero. Recuperado de <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2015/04/15/los-jovenes-emprendedores-que-miran-mas-alla-del-dinero>

Desempleo subió en Cali durante el 2017. (30 de enero de 2018).

El País. Recuperado de <https://www.elpais.com.co/economia/desempleo-subio-en-cali-durante-el-2017.html>

García-García, V. D. (2015). Emprendimiento Empresarial Juvenil: Una evaluación con jóvenes estudiantes de universidad. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 13(2), 1221-1236. DOI: <http://dx.doi.org/10.11600/1692715x.13246200315>

Global Entrepreneurship Research Association. (2017). Global Report 2016/17. Recuperado de: <http://gemconsortium.org/report/49812>

ITM Platform. (2016). Análisis de riesgo cualitativo: Un ejemplo con el sector de los videojuegos. Recuperado de <http://www.itmplatform.com/es/blog/analisis-de-riesgo-cualitativo-un-ejemplo-con-el-sector-de-los-videojuegos>.

La creación de empresas se fortalece en Cali. (27 de Marzo de 2017). El País. Recuperado de <https://www.elpais.com.co/economia/la-creacion-de-empresas-se-fortalece-en-cali.html>

Paredes, V. y Arenas, L. F. (2017). Factores sociales y económicos que influyen a los jóvenes caleños emprendedores en el proceso de creación de empresa (Tesis de pregrado). Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10614/9945>

Poynor, R. (2003). No more Rules: Graphic design and postmodernism. Inglaterra, Londres: Lurence King Publishing Ltd.

Torres, M., y Paz, K. (2014). Métodos de recolección de datos para una investigación. *Boletín electrónico*, (3), 1-21. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/265872831_METODOS_DE_RECOLECCION_DE_DATOS_PARA_UNA_INVESTIGACION

Universidad Nacional Autónoma de México. (2018). Cuadro de doble entrada. Recuperado de <https://portalacademico.cch.unam.mx/alumno/tlriid1/unidad3/operacionesderegistro/cuadrodedobleentrada>

Sobre el autor

María Alejandra Posada Garzón es estudiante de Diseño de la Comunicación Visual de la Pontificia Universidad Javeriana Cali con doble titulación en Artes Visuales. El interés en la investigación surgió con la indagación sobre las problemáticas de los canales de comunicación que divulgan la información del área cultural en Cali.