



# El Diseño Gráfico en Colombia: Complejidad, Alfabetización Mediática y Nuevos Desafíos Formativos

## Graphic Design in Colombia: Complexity, Media Literacy, and New Educational Challenges

Yesid Camilo Buitrago López\*, Docente Universidad de Boyacá, Grupo de Investigación Xisqua (Colombia) (yesbuitrago@uniboyaca.edu.co) (<https://orcid.org/0000-0002-3540-1029>)  
Marisol Soledad García Cordero, Docente Universidad de Boyacá, Grupo de Investigación Xisqua (Colombia) (msgarcia@uniboyaca.edu.co) (<https://orcid.org/0000-0002-4400-2855>)

\* Indicates the corresponding author

### RESUMEN

La formación profesional en Diseño Gráfico (DG) en Colombia enfrenta el reto de responder a las transformaciones sociales, culturales, tecnológicas y mediáticas que configuran el ecosistema comunicativo global. Este estudio explora cómo el DG se constituye no solo como disciplina creativa y técnica, sino también como plataforma de alfabetización mediática, al articular teoría, práctica e interdisciplinariedad en un contexto de educación superior que debe dialogar con el mercado laboral y las agendas internacionales de desarrollo. Se analizan las percepciones de docentes, estudiantes, egresados y empleadores respecto a las fortalezas y limitaciones de la formación, con el fin de comprender su papel en la construcción de competencias para la comunicación crítica y la innovación social. Metodológicamente, se empleó un enfoque cualitativo desde el paradigma crítico-social y la teoría de la complejidad, mediante un estudio de caso múltiple en cinco programas de DG acreditados de alta calidad por el Consejo Nacional de Acreditación (CNA) y cinco empresas de trayectoria nacional. A través de entrevistas semiestructuradas, se indagó sobre las concepciones que vinculan el DG con la producción de mensajes mediáticos, la mediación cultural y la integración de herramientas emergentes como la inteligencia artificial. Los resultados revelan tres tensiones principales: la consolidación del DG como disciplina de comunicación visual con limitado reconocimiento social; la brecha entre las expectativas del sector productivo y las propuestas académicas; y la reducción de la profesión a funciones publicitarias, invisibilizando su potencial como agente de alfabetización mediática y transformación cultural. El estudio concluye que, aunque la formación en DG en Colombia presenta fortalezas en creatividad y dominio técnico, requiere una política educativa más clara que fortalezca la investigación, la interdisciplinariedad, las competencias blandas y la apropiación de tecnologías disruptivas. Estas dimensiones, integradas desde un modelo formativo complejo, pueden posicionar al DG como mediador estratégico entre comunicación, educación y desarrollo global, aportando una contribución novedosa al campo de la alfabetización mediática y a la discusión sobre políticas de educación superior en América Latina.

### ABSTRACT

The professional training in Graphic Design (GD) in Colombia faces the challenge of responding to the social, cultural, technological, and media transformations that shape the global communication ecosystem. This study explores how GD is constituted not only as a creative and technical discipline but also as a platform for media literacy, by articulating theory, practice, and interdisciplinarity within a higher education context that must engage with the labor market and international development agendas. The perceptions of professors, students, graduates, and employers are analyzed regarding the strengths and limitations of training, with the aim of understanding its role in building competencies for critical communication and social innovation. Methodologically, a qualitative approach was employed, grounded in the critical-social paradigm and the theory of complexity, through a multiple-case study of five high-quality accredited GD programs by the National Accreditation Council (CNA) and five nationally recognized companies. Through semi-structured interviews, conceptions linking GD to the production of media messages, cultural mediation, and

the integration of emerging tools such as artificial intelligence were investigated. The results reveal three main tensions: the consolidation of GD as a discipline of visual communication with limited social recognition; the gap between the expectations of the productive sector and academic proposals; and the reduction of the profession to advertising functions, which obscures its potential as an agent of media literacy and cultural transformation. The study concludes that, although GD training in Colombia demonstrates strengths in creativity and technical mastery, it requires a clearer educational policy that strengthens research, interdisciplinarity, soft skills, and the appropriation of disruptive technologies. These dimensions, integrated within a complex training model, may position GD as a strategic mediator between communication, education, and global development, contributing a novel perspective to the field of media literacy and to the debate on higher education policies in Latin America. Palabras clave: diseño gráfico, diseño, formación profesional, educación universitaria, interdisciplinariedad, contexto educativo.

#### **PALABRAS CLAVE | KEYWORDS**

Diseño gráfico, diseño, formación profesional, educación superior, interdisciplinariedad, contexto educativo. Graphic Design, Design, Professional Training, Higher Education, Interdisciplinarity, Educational Context.

## 1. Introducción

El diseño gráfico (DG) ha evolucionado desde su concepción inicial como oficio técnico hacia una disciplina de comunicación visual con fundamentos epistemológicos, metodológicos y críticos que trascienden la práctica instrumental. Este tránsito ha supuesto que la formación del diseñador no se limite a la preparación técnica, sino que integre competencias capaces de responder a los desafíos derivados del entorno digital, la globalización y la sociedad del conocimiento. En este escenario, la alfabetización mediática se reconoce como un eje esencial para consolidar capacidades críticas y comunicativas (Pachuca Ortiz et al., 2025; Toledo Navarrete, 2023).

No obstante, persiste una tensión evidente entre el reconocimiento disciplinar del DG y su frecuente percepción como práctica meramente aplicada, especialmente en los programas universitarios donde prevalece la enseñanza de destrezas operativas por encima de los procesos investigativos y reflexivos.

En este marco, la consolidación del DG como disciplina de comunicación visual se configura como una estrategia académica, pedagógica y social de carácter prioritario. Dicho proceso permitiría no solo fortalecer su estatus académico y ampliar su alcance investigativo, sino también articularlo con los procesos de alfabetización mediática y visual. A su vez, generaría condiciones para el diseño de políticas educativas y reformas curriculares orientadas a responder a las demandas de la cultura digital contemporánea.

La educación superior desempeña un papel central en esta consolidación. Diversos estudios recientes evidencian cómo el DG se proyecta hacia una formación más integral y crítica. Buitrago López et al. (2024) expresan que la formación universitaria en DG deber superar el enfoque operativo para consolidarse como un proceso integral, crítico y comprometido con la sociedad. Por otro lado, Fleischmann (2024) explora cómo los estudiantes de diseño asumen la inteligencia artificial generativa en sus prácticas, identificando oportunidades y tensiones entre lo técnico y lo creativo. Sirb y Petrovici (2025) plantean la necesidad de integrar herramientas invisibles y generativas de IA en los programas de diseño, enfatizando la alfabetización mediática visual como competencia transversal. En ese sentido, la enseñanza del diseño visual en el marco de la “smart education” exige la articulación de pedagogías tradicionales con innovaciones tecnológicas para propiciar aprendizajes significativos (Ahmad Tajuddin et al., 2024; Tian y Ahmad Zahari, 2025).

Por otro lado, la interdisciplinariedad se reafirma como un enfoque esencial, puesto que posibilita interpretar los procesos creativos desde múltiples perspectivas y responder a escenarios de incertidumbre. En ese sentido, Wang et al. (2025) documentan cómo la realidad aumentada transforma la enseñanza del DG, aunque aún enfrenta limitaciones de adopción. Asimismo, Alsswey (2025) analiza la percepción de estudiantes frente al uso de herramientas de IA en el diseño, evidenciando su potencial innovador, pero también los desafíos éticos y creativos que conlleva.

El presente estudio se justifica en tres niveles complementarios. En el plano académico-disciplinar, responde a la necesidad de superar la fragmentación epistemológica del DG en la educación universitaria, donde aún predomina una visión tecnicista. En el plano educativo-pedagógico, busca favorecer la integración de competencias críticas de alfabetización mediática en los planes de estudio, actualmente escasos en la región. Finalmente, en el plano social y político, la consolidación disciplinar del DG puede orientar la creación de políticas institucionales y curriculares que refuercen la relación entre educación, cultura digital y ciudadanía crítica. En conjunto, esta investigación pretende aportar evidencia empírica y recomendaciones orientadas a fortalecer la profesionalización del campo, otorgándole un papel más protagónico en la formación de profesionales capaces de enfrentar los retos comunicativos del siglo XXI.

En este orden de ideas, el objetivo de la investigación consiste en analizar de qué manera la consolidación del DG como disciplina de comunicación visual puede contribuir al fortalecimiento de las competencias de alfabetización mediática en la educación superior. Con este propósito, se plantean propuestas curriculares y lineamientos de política que favorezcan dicho proceso. En particular, la investigación busca explorar enfoques contemporáneos que conceptualizan al DG como disciplina comunicativa, identificar estudios teóricos y empíricos recientes que lo vinculen con la educación superior y la alfabetización mediática, y detectar vacíos en la literatura y en las políticas educativas actuales. Asimismo, se formulan lineamientos que aporten al reconocimiento disciplinar del DG y a la integración de la alfabetización visual crítica como un eje transversal en la formación universitaria.

No obstante, la articulación entre el estatus disciplinar del DG y su potencial formativo sigue siendo limitada en el contexto latinoamericano. Este estudio busca responder a esa brecha mediante un análisis

crítico y la formulación de recomendaciones orientadas a su consolidación disciplinar y a su integración con la alfabetización mediática, con el propósito último de contribuir a la formación de una ciudadanía crítica y digitalmente competente.

## 2. Metodología

La formación profesional del diseñador gráfico en Colombia constituye un objeto de estudio complejo que exige una aproximación metodológica capaz de articular dimensiones académicas, sociales y laborales. En coherencia con el planteamiento del problema y los objetivos de este trabajo, la investigación se propone superar la fragmentación del campo del DG, aportando una contribución novedosa que lo sitúe como disciplina comunicativa vinculada con la educación superior, la alfabetización mediática y la apropiación de tecnologías emergentes.

De esta manera, la investigación responde a la necesidad de generar evidencia empírica que permita comprender cómo la formación en DG contribuye a la construcción de competencias críticas y comunicativas, integrando perspectivas interdisciplinarias que conectan la pedagogía universitaria, los medios de comunicación y el impacto de la inteligencia artificial en los procesos creativos y formativos.

El estudio se enmarca en el paradigma crítico social (Creswell, 2013), entendido como una perspectiva que enfatiza la reflexión, la transformación y la justicia social en los procesos educativos (Kincheloe y McLaren, 2012). Esta elección responde a la necesidad de analizar la educación en DG no solo como un conjunto de prácticas formativas, sino también como un sistema social y cultural, en consonancia con la teoría de la complejidad de Morin (2009) que permite comprender los procesos educativos como sistemas adaptativos e interrelacionados.

En coherencia con esta perspectiva, se adoptó un enfoque cualitativo orientado a la comprensión holística de las experiencias y percepciones de los actores involucrados (Mejía Navarrete, 2004). Este enfoque evita interpretaciones lineales de causa y efecto (López Martín y González Villanueva, 2018), y se fundamenta en la capacidad de explorar significados, prácticas y tensiones que atraviesan la formación del diseñador gráfico. El diseño metodológico corresponde a un estudio de caso múltiple (Stake, 1999), lo que permitió analizar en profundidad diversos contextos educativos y profesionales asociados con la disciplina. El estudio se llevó a cabo en cinco programas de DG acreditados de alta calidad por el Consejo Nacional de Acreditación (CNA) hasta el año 2025. Estos programas pertenecen a instituciones de educación superior representativas y pioneras de Colombia, ubicadas en los departamentos de Boyacá, Cundinamarca, Valle del Cauca, y Atlántico (ver Tabla 1).

**Tabla 1: Programas profesionales de Diseño Gráfico de Colombia Acreditados de Alta Calidad por el Consejo Nacional de Acreditación.**

Características de los programas: sector, título que otorga, ciudad y número de semestres.				
Institución	Sector	Título que otorga	Ciudad	No. Semestres
U1	Privado	Diseñador(a) Gráfico(a)	Bogotá D.C.	VIII
U2	Oficial	Diseñador(a) Gráfico(a)	Calí	VIII
U3	Privado	Diseñador(a) Gráfico(a)	Barranquilla	VIII
U4	Privado	Diseñador(a) Gráfico(a)	Bogotá D.C.	VIII
U5	Privado	Diseñador(a) Gráfico(a)	Tunja	VIII

Nota. Datos tomados del SNIES. Fuente: elaboración propia

La estructura metodológica se fundamentó en la aplicación de entrevistas semiestructuradas, lo que permitió indagar en profundidad las concepciones y percepciones de los actores involucrados en el estudio. En total, se realizaron 35 entrevistas distribuidas de la siguiente manera: 10 docentes pertenecientes a cinco programas acreditados y con experiencia en distintas áreas del DG; 10 estudiantes de último año de los programas seleccionados; 10 egresados con entre uno y cinco años de experiencia profesional; y 5 empleadores o directores de empresas de reconocida trayectoria en el sector creativo colombiano. Este diseño respondió a un esquema de muestreo intencional y por conveniencia (Patton, 2002), lo cual aseguró la inclusión de voces representativas de diferentes niveles educativos y contextos laborales, así como una visión amplia de las competencias demandadas a los diseñadores gráficos en el mercado actual.

El proceso de investigación se desarrolló en dos etapas. En la primera, se recopilaron y sistematizaron

datos de las institucionales y organizacionales participantes, lo que permitió contextualizar la formación del DG en relación con sus referentes académicos y su impacto en el sector laboral. En la segunda etapa, se aplicó un instrumento de entrevistas semiestructuradas individuales, validado por expertos, para indagar en las percepciones sobre la profesión, sus denominaciones, funciones y responsabilidades, así como en las diferencias entre diseñadores gráficos, técnicos y tecnólogos en el ámbito laboral.

La relevancia metodológica del estudio radica en que integra un diseño cualitativo y un estudio de casos múltiples, lo que fortalece la validez de los hallazgos y permite ofrecer aportes significativos en tres dimensiones: (1) la educación superior, al proveer insumos para el mejoramiento curricular; (2) los medios de comunicación, al posicionar al DG como agente de alfabetización mediática y cultural; y (3) la innovación tecnológica, al reconocer el impacto de la inteligencia artificial en los procesos formativos y profesionales.

El análisis de los datos se estructuró en torno a las categorías emergentes sobre las fortalezas y oportunidades de mejora en la formación profesional del DG, integrando las voces de estudiantes, docentes, egresados y empleadores. Este procedimiento permitió identificar patrones y tensiones que inciden en la calidad de la educación superior en DG y su pertinencia frente al mercado laboral.

En síntesis, la metodología adoptada articula teoría crítica, enfoque cualitativo y estudio de caso múltiple para ofrecer una mirada integral sobre la formación del diseñador gráfico en Colombia. Al situar las percepciones de los distintos actores en el centro del análisis, el estudio busca no solo describir el estado actual de la formación, sino también generar insumos para la reflexión y el mejoramiento continuo de la disciplina en su dimensión académica, profesional y social.

### 3. Hallazgos

Con el propósito de aproximarse a la configuración del DG y a la identidad profesional del diseñador en Colombia, se analizaron las percepciones de docentes, estudiantes, egresados y empleadores en contextos académicos y sociales. Los hallazgos muestran que la conceptualización del DG es diversa y se configura principalmente desde dos escenarios: el académico, como espacio de formación y producción de conocimiento, y el social, donde la práctica profesional responde a las demandas del mercado laboral.

#### 3.1. Configuración del Diseño Gráfico en Colombia

Del análisis de las treinta y cinco entrevistas a los participantes y de las matrices de congruencias a las preguntas ¿Cómo se puede definir el diseño gráfico en Colombia? y ¿Cuál es su objetivo? emergen tres categorías principales. La primera lo conciben como una disciplina de comunicación visual, orientada a la resolución de problemas mediante el lenguaje gráfico. Los participantes coinciden en que el diseñador gráfico es, ante todo, un comunicador visual, capaz de gestionar mensajes en diversos contextos. Esta perspectiva se refleja de manera reiterada en las entrevistas, donde docentes, estudiantes y egresados destacan su papel en la traducción de conceptos en mensajes claros, efectivos y culturalmente pertinentes. Los participantes coinciden en que el diseñador es un comunicador visual capaz de gestionar mensajes en distintos ámbitos. Esta tendencia se refuerza en las entrevistas, donde describieron al diseñador como un “comunicador visual” capaz de traducir conceptos en mensajes claros y eficaces. Un docente entrevistado señaló:

“El diseño gráfico es, ante todo, un ejercicio de comunicación. No se trata solo de estética, sino de traducir ideas complejas en mensajes visuales comprensibles.”

De igual manera, un egresado recalcó la pertinencia del diseño en escenarios productivos:

“El diseño responde a las necesidades del mercado en comunicación visual de manera rápida y efectiva. Esa es nuestra principal función.”

Estas percepciones coinciden con referentes como Meggs (2010), Lupton y Phillips (2016), Frascara (2018) y García Cordero y Buitrago López (2023), quienes reconocen el papel del DG en la creación de mensajes visuales coherentes y en la construcción de identidades gráficas.

Una segunda categoría identificada considera al DG como una profesión emergente y multidisciplinaria, aún en proceso de consolidación en Colombia. Se reconoce como una profesión emergente, en constante evolución y con creciente demanda social, pero todavía poco comprendida fuera del ámbito académico.

Los testimonios destacan su carácter multidisciplinar, dado que los diseñadores deben adaptarse a distintos temas y proyectos, lo que confirma la necesidad de una formación flexible y diversa. Un docente lo resumió así:

“Es una carrera llamativa y en expansión, pero todavía poco comprendida por la sociedad. Estamos en un proceso de maduración que requiere tiempo.”

Por su parte, un estudiante indicó:

“El diseñador debe adaptarse a todo tipo de proyectos. Un día trabajamos en ilustración, al otro en programación, y eso nos obliga a ser flexibles.”

Este carácter emergente también ha sido señalado, Nieto (2022) quien subraya que el DG en Latinoamérica es una disciplina en consolidación, con gran potencial de expansión que requiere mayor reconocimiento académico y profesional.

La tercera categoría asocia al DG con una herramienta publicitaria y de marketing, percibiéndolo principalmente como apoyo a estrategias comerciales. En este enfoque, el diseño aparece subordinado a la publicidad, lo que limita su reconocimiento como disciplina independiente. Algunos egresados y empleadores señalaron que en Colombia el diseño se entiende más como un recurso de mercadeo que como una profesión autónoma. Un egresado lo expresó de la siguiente manera:

“En Colombia el diseño se entiende más como publicidad que como disciplina. El mercado lo pide para marketing, no para investigación o comunicación cultural.”

Un empleador coincidió al señalar:

“En la empresa vemos al diseñador como apoyo en campañas, no como un profesional independiente con voz propia en la estrategia.”

Esta tendencia plantea un desafío importante para el campo académico y profesional, pues implica fortalecer la investigación, la educación en diseño y la formación interdisciplinaria para ampliar su reconocimiento (Scher, 2018).

En síntesis, los resultados evidencian una brecha entre la visión académica y la empresarial. En el ámbito universitario, el DG se concibe como disciplina de comunicación visual y campo de conocimiento en consolidación, mientras que en el sector productivo predomina su entendimiento como herramienta publicitaria. Esta tensión plantea la necesidad de un diálogo más estrecho entre universidad y mercado laboral, con el fin de armonizar expectativas, fortalecer el perfil profesional del diseñador gráfico y consolidar su reconocimiento como disciplina estratégica en la sociedad contemporánea. Cabe señalar que estas perspectivas no son excluyentes, sino complementarias, por lo que los programas de formación en Colombia podrían integrarlas y preparar a los estudiantes para afrontar la complejidad y diversidad del campo.

### 3.2. Denominación de Diseño Gráfico en los Contextos Académicos y Sociales

Los hallazgos relacionados con la denominación del DG en Colombia provienen de un proceso de categorización de la información recogida en las treinta y cinco entrevistas realizadas a los participantes. Este análisis permitió identificar tres categorías recurrentes en los discursos: comunicación, que resalta la estrecha relación entre el diseño gráfico y los procesos comunicativos; especificidad, que plantea la necesidad de definirlo en términos más precisos como diseño visual o de comunicación visual; y generalidad, que alude a la amplitud del campo, donde los diseñadores pueden desempeñarse en diversas áreas más allá de lo estrictamente gráfico.

En la Tabla 2 se presentan apartados de resultados del análisis realizado a partir de los treinta y cinco testimonios obtenidos. En este caso, se analizaron los fragmentos de las entrevistas relacionados con la pregunta: *¿Qué opinión le merece la forma histórica en que se ha denominado al diseño gráfico?*

**Tabla 2: Matriz de análisis para la categorización de la denominación de Diseño Gráfico.**  
**Pregunta 2. ¿Qué opinión le merece la forma histórica en que se ha denominado al diseño gráfico?**

Apartados de los resultados

Universidad	Participante	Fragmento de la entrevista	Categorías Emergentes		
			Comunicación	Especificidad	General
U4	Docente1	“El Diseño Gráfico no puede desligarse de la comunicación, es su razón de ser. La denominación actual refleja esa esencia, y cambiarla sería restarle valor a lo que realmente hacemos.”	X		
U2	Estudiante 2	“Si decimos simplemente ‘diseño’, la gente no entiende de qué hablamos. Con ‘Diseño Gráfico’ queda claro que trabajamos con imágenes, mensajes y comunicación visual.”	X		
U3	Egresado	“La palabra ‘gráfico’ suena limitada frente a lo que hacemos hoy. Diseñamos experiencias, interfaces, animaciones... No todo es gráfico en el sentido tradicional.”		X	
E5	Empleador	“Cuando contrato un diseñador, no me interesa si es gráfico, industrial o digital. Lo que necesito es un profesional que piense soluciones. El apellido ‘gráfico’ a veces limita la percepción de sus capacidades.”			X
U1	Docente	“Yo creo que diseño gráfico ya se nos quedó también corto en todos los sentidos, es más lo que creo es que el diseño debería ser uno solo, o sea no debería ser diseño gráfico, diseño industrial... porque al final hay unas bases que son para todos y todos terminamos comunicando, proyectando, haciendo, y pensando sobre eso que hacemos”			X

Fuente: elaboración propia.

### 3.2.1. Comunicación como núcleo denominativo

En términos cuantitativos, el 75 % de los entrevistados asoció el término “Diseño Gráfico” con la comunicación, destacando su papel en la producción de mensajes visuales y en la mediación entre emisores y receptores. Esta definición fue reiterada tanto en los relatos de estudiantes como de estudiantes y egresados. Para los primeros, la denominación actual refleja con precisión el carácter mediador del diseño.

### 3.2.2. Especificidad y actualización terminológica

Un 12,5 % propuso una denominación más específica —como “Diseño Visual” o “Diseño para la Comunicación Visual”—, argumentando que este ajuste permitiría responder mejor a las demandas de un mercado cambiante y a las innovaciones tecnológicas. Los docentes, quienes defendieron la necesidad de una denominación más específica argumentaron que el término “gráfico” podría estar quedando obsoleto ante la expansión del campo hacia entornos digitales, interactivos y tridimensionales. Este grupo considera que una actualización terminológica permitiría alinear la disciplina con las transformaciones tecnológicas y con una mayor visibilidad internacional.

### 3.2.3. Generalidad e integración disciplinar

Finalmente, otro 12,5 % defendió una denominación más general, planteando que el término “Diseño” resulta suficiente para englobar un campo interdisciplinario y flexible. Aunque minoritario, el grupo de docentes y egresados plantearon la necesidad de abandonar fragmentaciones y proponer un término más general como “Diseño”. Esta perspectiva fue más común entre docentes y egresados con experiencia en campos interdisciplinarios. Este punto de vista se relaciona con posturas teóricas como las de Margolin (2015) y Ramírez Paredes (2018), quienes sugieren comprender el diseño como un campo unificado capaz de abordar múltiples problemáticas, siendo ante todo una disciplina intelectual.

## 3.3. Sobre el Ser Diseñador Gráfico: Percepciones y Concepciones desde Contextos Académicos y Sociales en Colombia

La comprensión de la configuración del diseñador gráfico en Colombia se construye de una serie de percepciones recurrentes sobre la profesión y sobre la figura del diseñador, que evidencian tensiones entre el reconocimiento social, las expectativas del mercado y la formación académica.

Aunque la configuración completa del ser diseñador gráfico sigue siendo un desafío debido a la

diversidad de matices, los hallazgos muestran cinco percepciones predominantes: técnico-operativa, creativa, de confusión, de desconocimiento/estereotipos e innovadora.

### 3.3.1. Percepción técnico-operativa

La percepción más frecuente fue la del diseñador gráfico como un técnico especializado en el manejo de software y herramientas digitales. Aproximadamente un 41 % de los entrevistados redujo su rol a la ejecución de tareas como diagramación, ilustración o edición de imágenes, sin reconocer plenamente sus aportes estratégicos o conceptuales. Un egresado entrevistado comentó:

“En muchas empresas nos ven solo como operadores de programas, personas que saben mover Photoshop o Illustrator, pero no como profesionales capaces de pensar y proponer soluciones.”

Este tipo de visión, aunque práctica, invisibiliza las dimensiones proyectuales, comunicativas y de investigación que también caracterizan a la disciplina.

### 3.3.2. Percepción creativa

El 27 % de los participantes vinculó el ser diseñador gráfico con la creatividad y la estética, subrayando su capacidad de generar propuestas visuales originales. Sin embargo, esta percepción suele limitarse a lo ornamental, dejando de lado competencias metodológicas, analíticas o interdisciplinarias. Una estudiante lo expresó así:

“Cuando la gente me pregunta qué estudio y les digo diseño gráfico, la respuesta casi siempre es: ¡ah, eres creativo, haces cosas bonitas! Pero no dimensionan que detrás hay investigación, análisis y procesos complejos.”

### 3.3.3. Percepción de confusión

En un 18 % de los relatos emergió la percepción de confusión respecto al alcance del campo. Los entrevistados señalaron que, en la sociedad, todavía persiste la idea de que el diseñador gráfico solo se dedica a hacer logotipos, volantes o ilustraciones, sin entender la multiplicidad de áreas como el diseño editorial, el diseño digital, la animación o la experiencia de usuario.

Un empleador compartió:

“Muchas veces se contrata un diseñador gráfico esperando que haga de todo: fotos, videos, páginas web, redes sociales... pero eso no significa que todos estén formados en todo. Hay desconocimiento de nuestras especialidades.”

### 3.3.4. Percepción de desconocimiento o estereotipos

También se identificó una percepción basada en estereotipos y subvaloración, presente en un 9% de los discursos. Para algunos sectores sociales, el DG es considerado un oficio fácil, secundario o “poco serio”, lo que repercute en el bajo reconocimiento profesional. Un docente lo describió en los siguientes términos:

“Todavía se escucha que el diseño gráfico es simplemente ‘hacer dibujitos’ o ‘poner cosas bonitas’. Esa visión estigmatiza la profesión y no reconoce la formación académica rigurosa que conlleva.”

### 3.3.5. Percepción de innovación

Finalmente, un 5 % de los entrevistados resaltó al diseñador como un agente de innovación y cambio, aunque esta visión se asocia en ocasiones únicamente con la capacidad de generar ideas novedosas, sin valorar el conjunto de competencias técnicas, conceptuales y comunicativas necesarias para innovar de manera integral. Un egresado señaló:

“La gente cree que el diseñador innova porque trae ideas nuevas, pero la innovación en nuestro campo implica metodologías, procesos y articulación con otros saberes.”

En suma, la profesión del DG en Colombia, influida por factores culturales y percepciones limitadas, requiere mayor reconocimiento social. Su evolución hacia disciplina interdisciplinaria exige educar al público y fortalecer su posicionamiento como campo intelectual e innovador.

### 3.4. Percepciones y Concepciones sobre la Formación del Diseño Gráfico en la Educación Superior en Colombia

El análisis de la información obtenida de las entrevistas, permitió identificar una serie de percepciones y concepciones sobre la formación en DG en la educación superior en Colombia. Estas visiones, revelan tanto las fortalezas de los programas educativos como las tensiones en torno a los diferentes niveles de formación: técnico, tecnológico y profesional.

En términos generales, a la pregunta: ¿Cuáles considera que son las funciones y responsabilidades de un diseñador gráfico en Colombia en sus distintos niveles de formación —técnico, tecnólogo y profesional— y qué diferencias existen entre ellos? los participantes coincidieron en que la diferencia entre un técnico y un profesional trasciende el dominio de herramientas o software de diseño. Como ya lo han señalado autores como Gutiérrez et al. (2017), la formación universitaria de un diseñador gráfico se orienta hacia un pensamiento proyectual y crítico, que integra consideraciones sociales, culturales y humanas, mientras que la formación tecnológica y técnica privilegia el desarrollo de habilidades operativas vinculadas con la producción formal.

#### 3.4.1. Diferenciación de niveles de formación

De acuerdo con los relatos recogidos, la formación técnica se concentra en el manejo de herramientas y la resolución puntual de problemas prácticos, la formación tecnológica agrega un nivel de profundización operativa y cierta especialización, y la formación profesional se orienta a la resolución de problemas complejos de comunicación visual, con una mirada integral y estratégica. Un docente entrevistado señaló con firmeza:

“No estoy de acuerdo con que los programas técnicos y tecnológicos tengan el nombre de diseño. Cuando hablamos de diseño nos referimos a un ejercicio conceptual, creativo, con fundamentos históricos, estéticos y funcionales, que van más allá de saber usar un abanico amplio de herramientas.”

De manera complementaria, otro docente enfatizó en la necesidad de distinguir los niveles:

“La profesión es diseño gráfico. Si hay una formación tecnológica debería llamarse diferente.”

Estas posturas reflejan la tensión entre reconocer la importancia de los niveles técnico y tecnológico en el ecosistema educativo y, al mismo tiempo, evitar que se diluya la especificidad del diseño como disciplina académica y profesional.

#### 3.4.2. Complejidad y capacidades en la formación profesional

La categorización de los relatos muestra que la complejidad de los problemas que cada perfil es capaz de abordar se convierte en un criterio clave de diferenciación. Para los entrevistados, el profesional en DG se distingue por su capacidad de enfrentar retos conceptuales y proyectuales que trascienden la simple ejecución técnica. Un docente lo expresó de la siguiente manera:

“La diferencia radica en las capacidades que tenga el profesional de resolver problemas. El técnico soluciona problemas del hacer, mientras que el profesional debería ir más allá y afrontar problemas en los que trascienda esa parte técnica.”

De forma similar, un egresado recalcó la amplitud de la formación universitaria:

“Un tecnólogo se especializa en el dominio de herramientas, pero el profesional tiene que tener un conocimiento más amplio, incluso en cultura general y aspectos emocionales, porque eso nutre su capacidad creativa y proyectual.”

En síntesis, la formación en DG en Colombia se percibe de manera estratificada y diferenciada como se presenta en la Tabla 4:

**Tabla 4: Niveles de formación en Diseño Gráfico y habilidades asociadas.**

Pregunta 3. ¿Cuáles considera que son las funciones y responsabilidades de un diseñador gráfico en Colombia en sus distintos niveles de formación —técnico, tecnólogo y profesional— y qué diferencias existen entre ellos?

Síntesis del análisis			
Enfoque	Áreas de conocimiento	Nivel de complejidad	Habilidades
Profesional en Diseño Gráfico	Ejercicio conceptual, creativo, histórico, estético y funcional del diseño.	Alto	Pensamiento crítico y creativo, habilidades técnicas y tecnológicas avanzadas, conocimiento de contexto social, cultural y de humanidades, capacidad de conceptualización y articulación de códigos de diseño.
Tecnólogo en Diseño Gráfico	Pensamiento proyectual y diseño	Medio	Comunicación, crítica, habilidades técnicas y pensamiento tecnológico avanzado, conocimiento de contexto social y cultural
Técnico en Diseño Gráfico	Herramientas de producción formales y técnicas	Bajo	Manejo de herramientas tecnológicas, operación de software, conocimiento básico de diseño gráfico

Fuente: elaboración propia.

No obstante, en todas las entrevistas emergió la preocupación por la necesidad de consolidar una formación integral del profesional en DG, que no se limite al dominio de herramientas, sino que potencie un pensamiento de diseño capaz de generar soluciones innovadoras y socialmente pertinentes. Como señaló un egresado en su relato:

“El diseñador gráfico tiene que saber resolver los problemas de comunicación visual en toda su complejidad. Los técnicos y tecnólogos hacen piezas muy bien, pero el profesional debe estar preparado para pensar y proponer más allá.” (Egresado 1, U6)

Estos hallazgos reflejan la tensión entre la visión instrumental del diseño y la aspiración a consolidar una profesión de carácter integral, reflexivo y proyectual, en consonancia con las demandas de una sociedad en constante transformación.

### 3.5. Sobre las Realidades en la Formación de Profesionales en Diseño Gráfico en Colombia

El análisis de los relatos recogidos en esta investigación permitió identificar una serie de realidades en la formación del diseñador gráfico en Colombia. Estas realidades reflejan tanto las carencias estructurales y pedagógicas de los programas, como las fortalezas consolidadas y oportunidades de mejora que se configuran como puntos de partida para fortalecer la profesión en el país.

#### 3.5.1. Carencias en la formación del diseñador gráfico profesional

Los testimonios de docentes, egresados y empleadores convergen en señalar varias debilidades que limitan el alcance de la formación. Estas carencias, sistematizadas en las que abarcan aspectos como la insuficiente preparación en investigación, la escasa articulación con el sector productivo, la débil formación en competencias blandas y gestión de proyectos, y la limitada comprensión crítica del contexto social y cultural.

En las entrevistas, algunos participantes expresaron su preocupación frente a la tendencia a reducir la formación del diseñador a un enfoque instrumental:

“El diseñador sale con muchas habilidades técnicas, pero con poca capacidad de análisis. No siempre se le enseña a investigar, a pensar de manera crítica, o a entender la dimensión social del diseño.”

Un egresado reforzó esta idea al señalar:

“A uno lo preparan para manejar programas y resolver encargos gráficos, pero en el campo laboral se necesitan otras cosas: saber trabajar en equipo, gestionar proyectos, negociar con clientes. Eso no siempre se aprende en la universidad.”

En este sentido, las carencias no se limitan a deficiencias curriculares, sino que también reflejan un

desajuste entre la formación académica y las exigencias del mundo profesional, lo cual demanda revisar los enfoques pedagógicos y curriculares de los programas.

### 3.5.2. Fortalezas y oportunidades de mejora

A pesar de las limitaciones, la formación en DG en Colombia también muestra fortalezas importantes. En ese sentido, los programas han logrado consolidar un alto nivel técnico y operativo en el manejo de herramientas digitales, además de fomentar la creatividad y la capacidad de propuesta visual como rasgos distintivos de los egresados. Un docente destacó este aspecto:

“En términos de creatividad, nuestros estudiantes tienen un potencial enorme. La capacidad para proponer soluciones gráficas innovadoras es un punto fuerte de la formación en el país.”

Sin embargo, estas fortalezas se acompañan de oportunidades de mejora que requieren atención. Entre ellas se encuentran:

- Ampliar la investigación aplicada en diseño, integrando análisis de datos e inteligencia artificial (IA) para responder a problemas reales.
- Fortalecer la interdisciplinariedad con áreas como comunicación, mercadeo, psicología, ciencias sociales y tecnologías digitales, donde la IA actúe como puente.
- Potenciar competencias blandas —liderazgo, comunicación, resolución de conflictos y toma de decisiones éticas— en entornos híbridos humano-máquina.
- Promover la internacionalización y la actualización constante, usando la IA como recurso estratégico en investigación, innovación visual y producción global.

### 3.5.3. El concepto del “diseñador ideal”

A partir de las voces de egresados y empleadores, el perfil del diseñador ideal se configura como la integración equilibrada de creatividad, técnica y sensibilidad humana. Este profesional combina conciencia del valor de su trabajo, visibilidad y reconocimiento social, capacidad de especialización y sólida formación en comunicación visual. Asimismo, incorpora competencias en gestión financiera, dominio de herramientas tecnológicas, pensamiento crítico y proyección técnica. Su ejercicio se orienta por una visión integral que articula sensibilidad estética, responsabilidad social y capacidad de adaptación a las demandas del mercado y de la sociedad. En conjunto, estas características delinean un perfil que trasciende lo operativo, consolidando al diseñador gráfico como un actor estratégico en la cultura y la industria contemporánea. Un egresado sintetizó esta visión al afirmar:

“El diseñador ideal no es solo el que maneja programas y hace piezas bonitas. Es el que entiende la realidad de su comunidad, investiga, propone y transforma.”

En consecuencia, las realidades identificadas muestran un campo de formación en constante construcción, en el que conviven fortalezas reconocidas y desafíos pendientes. La tarea para las instituciones de educación superior es avanzar hacia la consolidación de un perfil profesional integral, en el que el diseñador gráfico colombiano pueda responder con pertinencia y creatividad a las demandas de un entorno global y cambiante.

## 4. Discusión y Conclusiones

El Diseño Gráfico en Colombia se encuentra en un proceso de transformación constante, caracterizado por la convergencia entre la comunicación visual, los avances tecnológicos, la adaptación a las dinámicas del mercado y el uso intensivo de herramientas publicitarias y de marketing. Esta evolución plantea la necesidad de formar profesionales no solo competentes en lo técnico y lo estético, sino también capaces de asumir un rol estratégico en la sociedad contemporánea. Para ello, la formación debe integrar enfoques que reconozcan el diseño como disciplina comunicativa y cultural, pero que a la vez potencien su especificidad en la resolución de problemas complejos en contextos multidimensionales.

En este escenario, la incorporación de la inteligencia artificial (IA) en la formación profesional aparece como un eje fundamental. La inclusión estructurada de la IA en el currículo académico no solo amplía

las habilidades técnicas del diseñador, sino que también fomenta una reflexión crítica y responsable sobre su aplicación (García, 2025). La IA debe comprenderse más allá de un recurso instrumental, entendiéndose como un aliado en la investigación aplicada, la experimentación visual y el análisis de datos. Estos resultados coinciden con investigaciones recientes que muestran cómo la integración de competencias digitales y mediáticas en procesos educativos ha favorecido la innovación pedagógica, la creación de recursos audiovisuales y el fortalecimiento de la práctica docente (Fernández-Cruz et al., 2025; Silva-Quiroz y Rioseco-Pais, 2025).

Los hallazgos son consistentes en confirmar que incorporar competencias digitales y mediáticas en la formación contribuye a desarrollar capacidades críticas, éticas y estratégicas. En esta misma línea, estudios recientes advierten que dichas competencias son ya requisito esencial para afrontar los retos del diseño contemporáneo (Arteaga Toro y Osorio Carrera, 2024; Peiró y Martínez-Tur, 2022). Por tanto, los resultados refuerzan la necesidad de alinear los planes de estudio con tendencias internacionales que promueven un perfil interdisciplinario, tecnológico y culturalmente crítico.

La percepción del DG en Colombia, sin embargo, aún enfrenta retos significativos. Persiste la necesidad de un esfuerzo conjunto entre la comunidad académica, las instituciones de educación superior y el sector productivo para fortalecer el reconocimiento de la profesión, superar estereotipos reduccionistas y posicionar al diseñador como un agente de innovación y liderazgo intelectual capaz de aportar a nivel global. En términos de implementación, los criterios derivados de estos hallazgos se orientan hacia: (1) la actualización curricular con énfasis en alfabetización mediática y visual, (2) la integración transversal de la IA y tecnologías disruptivas en los planes formativos, y (3) el fortalecimiento de vínculos entre universidades y empresas para garantizar pertinencia laboral.

El impacto de la aplicación de estos hallazgos sería significativo tanto en el ámbito de la educación, al consolidar programas más pertinentes y críticos, como en el de los medios de comunicación, al formar diseñadores capaces de analizar, producir y transformar mensajes en entornos digitales globales. Esta articulación entre academia y mercado laboral contribuiría a reducir la brecha existente y a consolidar un perfil profesional capaz de responder a las demandas sociales y productivas del siglo XXI.

En definitiva, el futuro del DG en Colombia dependerá de su capacidad para articular tradición y cambio, teoría y práctica, creatividad y tecnología. La formación integral de profesionales en este campo deberá consolidar al diseñador como un mediador cultural, un estratega visual y un innovador capaz de enfrentar los desafíos sociales y productivos de un mundo cada vez más complejo y digitalizado (Buitrago López et al., 2023). A partir de ello, se recomienda: (a) impulsar políticas educativas que reconozcan al DG como disciplina estratégica para la alfabetización mediática; (b) promover investigaciones empíricas que evalúen los impactos de la IA y las competencias digitales en el ejercicio profesional; y (c) fortalecer la cooperación entre universidades, sector productivo y organismos estatales para asegurar la pertinencia y sostenibilidad de la formación.

## Referencias

- Ahmad Tajuddin, S. N. A., Bahari, K. A., Mohamed Al-Majdhoub, F., Maliki, N. K. y Balraj Baboo, S. (2024). Developing and measuring an assessment instrument for media literacy among digital natives using Digital Intelligence (DQ) framework. *Journal of Media Literacy Education*, 16(2), 29-45. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2024-16-2-3>
- Allswey, A. (2025). Examining students' perspectives on the use of artificial intelligence tools in higher education: A case study on AI tools of graphic design. *Acta Psychologica*, 258, 105190. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105190>
- Arteaga Toro, D. C. y Osorio Carrera, C. J. (2024). Competencia digital en educación: Una revisión sistemática. *Aula Virtual*, 5(12), 844-857. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13227973>
- Buitrago López, Y. C., Morales-Holguín, A. y Muñoz Joven, L. A. (2023). Transformación curricular del diseño gráfico en la educación superior: enfoques interdisciplinarios y complejos.: Una revisión científica. *CONTEXTO. Revista de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Autónoma de Nuevo León*, 17(26), 126-140. <https://doi.org/10.29105/contexto17.26-385>
- Buitrago López, Y. C., Morales Holguín, A., García Cordero, M. S. y Muñoz Joven, L. A. (2024). La disciplina del diseño gráfico en Colombia: objetivos, enfoques pedagógicos y tendencias. *Kepes*, 21(30), 11-49. <https://doi.org/10.17151/kepes.2024.21.30.2>
- Creswell, J. V. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Sage Publications.
- Fernández-Cruz, F. J., Rodríguez-Legendre, F. y Albertos Gómez, D. (2025). Diseño y validación del instrumento DigCompEdu Check-In para la medición de la competencia digital docente en los centros no universitarios de la Comunidad de Madrid. *EDUCAR*, 1-24. <https://doi.org/10.5565/rev/educar.2447>
- Fleischmann, K. (2024). Generative Artificial Intelligence in Graphic Design Education: A Student Perspective. *Canadian Journal of Learning and Technology*, 50(1), 1-17. <https://doi.org/10.21432/cjlt28618>

- Frascara, J. (2018). *Enseñando Diseño*. Infinito.
- García Cordero, M. S. y Buitrago López, Y. C. (2023). Enseñanza y aprendizaje del Diseño Gráfico desde el paradigma de la complejidad. *Interdisciplinaria*, 40(1), 301-317. <https://doi.org/10.16888/interd.2023.40.1.18>
- García, S. E. (2025). Impacto de la IA en la enseñanza de Diseño Gráfico e Interiores. *Comunicar*, 33(82), 24-35. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15993474>
- Gutiérrez, M. d. R., Monsalve, M. y Restrepo, M. (2017). *Desde el taller: 32 notas para la enseñanza y el aprendizaje del diseño gráfico*. Editorial Tadeo Lozano. <https://www.utadeo.edu.co/es/publicacion/libro/editorial/235/desde-el-taller-32-notas-para-la-ensenanza-y-el-aprendizaje-del-diseno-grafico>
- Kincheloe, J. L. y McLaren, P. (2012). Replanteo de la teoría crítica y de la investigación cualitativa. En N. K. Denzin y Y. Lincoln (Eds.), *Manual de investigación cualitativa. Vol. II: paradigmas y perspectivas en disputa* (pp. 241-315). Gedisa.
- López Martín, I. y González Villanueva, P. (2018). La tutoría universitaria como espacio de relación personal. Un estudio de caso múltiple. *Revista de Investigación Educativa*, 36(2), 381-399. <https://doi.org/10.6018/rie.36.2.291161>
- Lupton, E. y Phillips, J. C. (2016). *Diseño gráfico: Nuevos fundamentos*. Gustavo Gili. <https://editorialgg.com/diseño-gráfico-nuevos-fundamentos-libro.html>
- Margolin, V. (2015). *World History of Design*. Bloomsbury. <https://www.bloomsbury.com/us/world-history-of-design-9781350018457>
- Meggs, P. B. (2010). *Historia del diseño gráfico*. Trillas. [https://etrillas.mx/libro/historia-del-diseño-gráfico\\_4801](https://etrillas.mx/libro/historia-del-diseño-gráfico_4801)
- Mejía Navarrete, J. (2004). Sobre la investigación cualitativa. Nuevos conceptos y campos de desarrollo. *Investigaciones Sociales*, 8(13), 277-299. <https://doi.org/10.15381/is.v8i13.6928>
- Morin, E. (2009). *Introducción al pensamiento complejo*. Gedisa.
- Nieto, V. (2022). El proceso de diseño abierto: el caso de diseño para la marca de salsas De la Patrona. *Economía Creativa*, 0(17), 205-224. <https://doi.org/10.46840/ec.2022.17.a8>
- Pachuca Ortiz, R., Hernández Pacheco, F. J., García Cerda, A., Ricárdez Cortés, R. A. y García Rivera, X. (2025). La Alfabetización Mediática desde una Mirada Crítica en Tiempos Digitales. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 9(3), 6255-6283. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v9i3.18265](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i3.18265)
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research & Evaluation Methods*. Sage Publications.
- Peiró, J. M. y Martínez-Tur, V. (2022). 'Digitalized' Competences. A Crucial Challenge beyond Digital Competences. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 38(3), 189-199. <https://doi.org/10.5093/jwop2022a22>
- Ramírez Paredes, K. G. (2018). *La (re) construcción del perfil idóneo del diseñador gráfico a través de una formación centrada en la investigación. Una intervención educativa* [Doctoral dissertation, Universidad Autónoma de Nuevo León]. <http://eprints.ua.nl.mx/id/eprint/19637>
- Scher, P. (2018). *Paula Scher: Works*. Unit Editions. <https://uniteditions.com/products/paula-scher-works-concise-edition>
- Silva-Quiroz, J. y Rioseco-Pais, M. (2025). Competencias digitales clave para la formación académica en estudiantes universitarios según el modelo DigComp: un estudio basado en juicio de expertos. *EduTec, Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, (91), 269-286. <https://doi.org/10.21556/edutec.2025.91.3471>
- Sirb, C. y Petrovici, I. (2025). Applications of Invisible and Generative Artificial Intelligence in Developing and Assessing Visual Projects in Higher Education. *Revista Romaneasca pentru Educatie Multidimensionala*, 17(3), 532-550. <https://doi.org/10.18662/rrem/17.3/1033>
- Stake, R. E. (1999). *Investigación con estudio de casos*. Morata, S. L.
- Tian, Y. y Ahmad Zahari, Z. (2025). Exploring the current state of teaching and learning in visual communication design during the era smart education: A mixed method approach. *Multidisciplinary Science Journal*, 7(9), 2025442. <https://doi.org/10.31893/multiscience.2025442>
- Toledo Navarrete, A. (2023). Estrategias de Alfabetización Mediática en Jóvenes Universitarios ante la Desinformación Digital. *Revista Internacional de Investigación y Desarrollo Global*, 2(2), 33-49. <https://doi.org/10.64041/riidg.v2i2.11>
- Wang, J., Mokmin, N. A. M. y Ji, S. (2025). Charting the Transformative Journey of Augmented Reality in Graphic Design Education: A Comprehensive Overview of the Period 2016–2022. *PRESENCE: Virtual and Augmented Reality*, 34, 159-175. [https://doi.org/10.1162/pres\\_a\\_00445](https://doi.org/10.1162/pres_a_00445)