

Feminización en el diseño gráfico: Características y cambios demográficos en Querétaro

Feminization in Graphic Design: Characteristics and Demographic Changes in Querétaro

DOI: 10.61820/ALB.2954-3878.V4N6.1670

Fecha de recepción: 12 de agosto de 2024

Fecha de aprobación: 15 de octubre de 2024

Gerardo Islas Reyes

[HTTPS://ORCID.ORG/0000-0001-8376-1566](https://orcid.org/0000-0001-8376-1566)

Sergio Rivera Magos

[HTTPS://ORCID.ORG/0000-0003-0624-501X](https://orcid.org/0000-0003-0624-501X)

Resumen

Esta investigación analiza, desde una perspectiva de género, las características principales del fenómeno de la feminización profesional del diseño gráfico, a partir de la comparación de datos relacionados con cambios demográficos en el estado de Querétaro. Se busca que, a través de los resultados, se puedan identificar las brechas que aún existen en términos de remuneración y condiciones laborales, incluso con el incremento del número de mujeres en la práctica profesional, así como las condiciones que podrían seguir afectando a su desarrollo y reconocimiento profesional. Mediante un estudio cuantitativo, se examina el crecimiento sostenido de la participación femenina en el ámbito del diseño gráfico y sus principales áreas de especialización, su organización del trabajo y el impacto que genera en los entornos laborales la persistencia de brechas salariales que afectan su desarrollo en el campo profesional del diseño gráfico. Finalmente, el presente estudio busca contribuir a una comprensión más profunda de la feminización en profesiones creativas como el diseño gráfico, abriendo la discusión sobre las condiciones actuales de las estructuras profesionales y explorando caminos potenciales que podrían conducir a experiencias más equitativas y representativas en la práctica profesional.

Palabras clave: diseño gráfico, estudios de género, feminización, práctica profesional, Querétaro.

Abstract

This research analyzes, from a gender perspective, the main characteristics of the phenomenon of the professional feminization of graphic design, based on a comparison of data related to demographic changes in the state of Querétaro. The aim is that the results will help identify the gaps that still exist in terms of remuneration and working conditions, even with the increasing number of women in the professional practice, as well as the conditions that may continue to affect their development and professional recognition. Through a quantitative study, the sustained growth of female participation in the graphic field design is examined, including their main specialization areas, work organization, and the impact of persistent wage gaps on their professional development. Finally, this study aims to contribute to a deeper understanding of feminization in creative professions such as graphic design, opening the discussion about the current conditions of professional structures and exploring potential paths toward more equitable and representative experiences in professional practice.

Keywords: graphic design, gender studies, feminization, professional practice, Querétaro.

Universidad Autónoma de Querétaro - Querétaro, México. // gerardo.islas@uaq.mx

Licencia Creative Commons Reconocimiento - NoComercial - CompartirIgual 4.0 Internacional (CCBY-NC-SA 4.0)



INTRODUCCIÓN

El diseño gráfico, como práctica profesional, ha experimentado diversas transformaciones desde sus orígenes, cuando estuvo estrechamente vinculado a los procesos de industrialización a finales del siglo XIX. Desde entonces, ha evolucionado hasta consolidarse como una profesión caracterizada por el uso de herramientas digitales en permanente actualización tecnológica, así como por tener objetivos claramente diferenciados de las artes visuales y las artes plásticas. Durante este proceso, su configuración ha estado influenciada por estructuras patriarcales que, a través de imaginarios sociales, han subestimado la participación de las mujeres en áreas como las artes decorativas y la artesanía (Durán y Flesler, 2021), lo que guarda similitudes con otras actividades históricamente invisibilizadas, como la crianza y el trabajo doméstico (Hester y Srnicek, 2024).

De esta manera, los hombres han mantenido el control sobre gran parte del desarrollo profesional en las actividades productivas, promoviendo una visión que favorece su reconocimiento y perpetúa la enseñanza desde una perspectiva masculina. A lo largo del siglo XX, tanto las asignaturas como las investigaciones dedicadas al estudio y la enseñanza de la historia de la profesión heredaron una visión sexista que reforzó la supremacía de los hombres en el campo (Carpinetti *et al.*, 2023). Esto no sólo favoreció la posición masculina en la publicación de libros y la organización de exposiciones, sino también en la creación de programas académicos completos donde los hombres eran representados como líderes de movimientos artísticos clave. Mientras tanto, las mujeres fueron sistemáticamente invisibilizadas y excluidas del discurso historiográfico dominante, lo que limitó su reconocimiento y su contribución al desarrollo de la disciplina (Zelone *et al.*, 2024).

En los últimos años, diversos estudios han observado y destacado un crecimiento destacable de la presencia femenina en diversos campos profesionales, incluyendo al diseño gráfico (Ellen Lupton *et al.*, 2022; Durán y Flesler, 2021; Campi, 2020). Sin embargo, también se destaca la necesidad de continuar analizando cómo el incremento de mujeres en la profesión modifica las dinámicas del trabajo creativo (Murphy y Oesch, 2016; Borderías, 2000), lo cual podría tener implicaciones que estarían redefiniendo no sólo la posición de dominación histórica de los hombres, sino también cuestionando la precarización del trabajo creativo desde sus desigualdades salariales y las barreras estructurales (Zafra, 2017).

El presente estudio tiene como objetivo analizar la evolución del papel de las mujeres en el ámbito profesional del diseño gráfico en Querétaro, centrándose en la transformación de las oportunidades laborales y las brechas salariales entre hombres y mujeres. Esta investigación busca contribuir a la literatura existente sobre las oportunidades profesionales de las mujeres en el trabajo creativo y proporcionar nuevos datos sobre las dinámicas de género en el diseño gráfico. Asimismo, pretende servir como base para el desarrollo de políticas que promuevan la equidad de género en este campo.

Además de examinar la participación femenina en el diseño gráfico, el estudio adopta una perspectiva de género para analizar las transformaciones que han influido en la percepción y valoración de esta disciplina como carrera profesional. Para contextualizar el análisis, se revi-

san estudios previos que documentan la historia de las mujeres en el diseño gráfico, y se comparan con las tendencias actuales de su participación en la educación y el empleo. Se hace hincapié en cómo las barreras estructurales y los prejuicios culturales continúan afectando la experiencia de las mujeres en este campo, de esta manera, se espera que los hallazgos puedan tener distintos usos, desde la formación o fortalecimiento de políticas que fomenten una mayor equidad de género en el campo profesional del diseño gráfico, hasta contribuir en la problematización del fenómeno para que al final se traduzca en ambientes más inclusivos y representativos.

ANTECEDENTES

La importancia de la perspectiva de género en la definición profesional

En los últimos años, la importancia de los estudios de género ha revelado varias formas en las que el trasfondo histórico, económico y político ha influido en la construcción de un enfoque de diseño que permita cuestionar nuestras percepciones de la realidad en el mundo, la humanidad y su relación con el género (Durán y Flesler, 2021). Nancy A. Naples (2020) sostiene que, a pesar de los avances logrados desde la década de 1970 en el aumento de la participación femenina en las ciencias y en los puestos ocupacionales, todavía existen estereotipos y barreras estructurales que perpetúan la noción de que las mujeres¹ no son aptas para la ciencia y la tecnología. En el caso del trabajo creativo, Marina Porto (2022), desde los estudios de Romo (2019), analiza cómo generalmente se señala que una persona creativa debería estar dispuesta en asumir riesgos, evitar lo convencional, tener apertura, perseverancia, motivación, ser autosuficiente y tolerante, lo cual no necesariamente corresponde con el imaginario de las cualidades de lo femenino. Ésto implica una transformación de las mujeres hacia ellas mismas y no necesariamente de la manera en que la sociedad las mira. Por lo anterior, se construye la idea de que son áreas del dominio masculino, lo que podría desalentar a las niñas desde temprana edad a desarrollar interés en éstas.

Naples (2020), de igual manera, señala que hay espacios laborales donde aún existen políticas y prácticas institucionales que no apoyan adecuadamente las necesidades de las mujeres. Esto incluye la falta de políticas apropiadas de licencia de maternidad, la ausencia de medidas contra el acoso y la discriminación sexual, así como la falta de reconocimiento y valoración equitativa del trabajo femenino.

¹ En este estudio, al ser de tipo cuantitativo y tener una muy baja participación de personas de la disidencia sexual para poder generar conclusiones sobre este grupo poblacional, se ha optado por centrar el lenguaje con la categoría binaria de género: mujeres y hombres, que pueden asociarse a la expresión de género femenino y masculino respectivamente. Sin embargo, reconocemos que estas categorías no abarcan completamente la diversidad de identidades de género. Nuestra elección responde a limitaciones prácticas y no pretende marginalizar otras identidades. Estamos comprometidos con la inclusión y alentamos a futuras investigaciones que incorporen una muestra más amplia que sea capaz de generar conclusiones para reflejar más fielmente la diversidad humana. Cabe señalar que la revisión de la literatura, correspondientemente, tiene este sesgo dicotómico.

Es por ello que la importancia de analizar diversos fenómenos desde los estudios de género permite identificar aquellas estructuras que sostienen y perpetúan la desigualdad en el contexto de la elección y el desarrollo profesional, creando una representación mental profundamente arraigada de la verdad del mundo y de la naturaleza humana que está fuertemente influenciada por nuestra comprensión de los roles de género.

Feminización de las profesiones

En años recientes, desde los estudios feministas se ha comenzado a discutir con mayor profundidad la feminización de las profesiones y del trabajo como conceptualizaciones que buscan referirse tanto al incremento como a la preferencia de la participación femenina por el estudio y la ocupación en un mercado laboral determinado, donde suele existir una visión y una presencia tradicionalmente masculinas (Boeff y Cánovas, 2020; Muzio y Bolton, 2008); al mismo tiempo, también describen una creciente inestabilidad y precariedad laboral, aspectos que aún prevalecen en la era digital (Peñarrieta, 2023; Gill, 2019), especialmente en campos creativos y culturales como el diseño gráfico y otros campos profesionales de expresión artística. Remedios Zafra (2017) sostiene que esta situación se caracteriza por una ambigüedad en la definición y remuneración del trabajo, donde frecuentemente se difumina o se invisibiliza el esfuerzo y el valor del oficio, bajo una expectativa de recompensas no monetarias, disfrazada de trabajadores entusiastas dispuestos al intercambio simbólico.

Este fenómeno de invisibilización del esfuerzo y del valor del trabajo se manifiesta claramente en el ámbito del trabajo doméstico y de cuidado (Hester y Srnicek, 2024). La falta de remuneración y las condiciones laborales deficientes en ciertas labores se atribuyen a la percepción tradicional de la mujer como dispuesta a sacrificar sus propios deseos o intereses por amor. Este concepto también se aplica a los artistas, cuyas motivaciones no se centran en el beneficio económico, sino en recompensas subjetivas y simbólicas. Se argumenta que las actividades artísticas no buscan esencialmente lucrar, sino que están motivadas por obtener ganancias simbólicas, como el capital cultural o el valor cultural (Zafra, 2017).

Poco a poco, desde principios del siglo XX, y con más notoriedad y celeridad desde los años sesenta, las mujeres han podido ir ocupando espacios de desarrollo profesional; así, su presencia ha aumentado en ciertas disciplinas y prácticas profesionales, sobre todo en aquellas que se han ido consolidando en las últimas décadas, como el diseño gráfico (Salinas y Salinas-Flores, 2010). Así, la presente investigación pretende contribuir en los estudios del campo profesional del diseño gráfico examinando el crecimiento continuo de la participación femenina y su influencia en la reestructuración de la profesión. A través de las experiencias de las mujeres en este sector, se busca comprender si estos cambios tienen efectos en el valor y la remuneración del trabajo.

Es así como el concepto de feminización, en el contexto de las profesiones y del trabajo, se ha convertido en una categoría que abarca tanto un sentido socioeconómico como uno profesional y laboral, lo cual refleja la expansión de la presencia femenina en un sentido cualitativo y simbólico que reorienta, revaloriza y resignifica las experiencias femeninas en contextos contemporáneos (Borderías, 2000).

Las mujeres en el diseño gráfico

Una profesión puede surgir ya feminizada o irse feminizando gradualmente debido a cambios en la composición y dinámicas del mercado laboral (Muzio y Bolton, 2008). En este sentido, los contextos económico y político de una región puede influir significativamente en la movilidad ocupacional desde una perspectiva de género. En el caso del diseño gráfico, aunque tiene sus raíces en las artes aplicadas y los oficios durante la revolución industrial en Europa a finales del siglo XIX, su consolidación formal en México ocurrió en 1968 con la creación de la licenciatura en la Universidad Iberoamericana, fundada por la orden de los jesuitas (Salinas-Flores, 2019). Es así que la participación femenina en esta profesión ha sido gradual, influenciada por la marginación profesional que existía en esos tiempos.

A partir de la década de 1970, se comenzó a cuestionar la construcción del canon y la bibliografía dentro de los espacios académicos y universitarios. Como señala Pollock (1999), la mayoría de los autores considerados pilares del conocimiento pertenecían a sectores privilegiados y servían para mantener la hegemonía de una determinada clase social. A partir de entonces se impulsó una crítica hacia la exclusividad de los textos seleccionados, las narrativas dominantes y los métodos interpretativos de aquel tiempo. Isabel Campi (2020), destaca que en 1984 se publicó el libro *A Woman's Touch: Women in Design from 1860 to the Present Day* de Isabelle Anscombe, una de las primeras obras que buscaban reconocer el papel de las diseñadoras en la historia del diseño. Éste fue uno de los primeros trabajos orientado a rescatar del olvido a numerosas diseñadoras, marcando un fuerte impulso en la visibilización de las contribuciones femeninas en el ámbito del diseño gráfico, un campo donde históricamente se ha minimizado su participación profesional y se ha mantenido un seguimiento inequitativo en los diseñadores porque se “considera que el genio y el talento sólo se dan en el sexo masculino” (Salinas y Salinas-Flores, 2010, p. 88). Lo anterior es fácil de observar en cualquier curso dedicado al estudio histórico del diseño gráfico e incluso, en la revisión de portafolios destacados. En la actualidad, la bibliografía en su mayoría no sólo proviene predominantemente de autores hombres, sino que también tiende a enfocarse casi exclusivamente en el papel de los diseñadores.

Este sesgo historiográfico subraya la necesidad de integrar una perspectiva de género más consciente dentro de la práctica profesional del diseño gráfico, que no sólo destaque la trascendencia de las diseñadoras, sino que también revele cómo las desigualdades se manifiestan en diversos contextos sociales y culturales. Mariana Garone (Margolin, 2005) y la diseñadora Ellen Lupton (2022) sostienen que analizar el diseño gráfico desde una perspectiva de género permite observar las diferencias, las jerarquías y las desigualdades en roles sociales y culturales asignados desde variables como la clase, la raza, la edad y la religión que contribuyen a una visión consciente del desarrollo humano para abrir espacios y dar voz a quienes que no se encuentren representados.

Feminización del diseño gráfico: El contexto de Querétaro

La consolidación del diseño gráfico como una profesión distinta de las artes visuales y las artes plásticas tiene raíces históricas vinculadas a la industrialización. Durante este proceso el ejercicio del diseño gráfico estuvo influenciado por estructuras patriarcales, donde ciertas prácticas,

tradicionalmente asociadas con las mujeres, como las artes decorativas y la artesanía, fueron elevadas por figuras masculinas a carreras profesionales y lucrativas. El primer antecedente de la enseñanza del diseño en México se remonta a las primeras décadas del siglo XX, en la Escuela Nacional de Artes Plásticas; al diseñador de ese tiempo se le denominaba “dibujante publicitario” y a la profesión se le conocía como “arte aplicado” (Vilchis, 2010). No se le llamó diseño gráfico hasta que comenzó a ofertarse como licenciatura en la Universidad Iberoamericana en 1968 (Tiburcio, 2015). A partir de entonces, la incidencia de la profesión en México comenzó a cobrar una gran relevancia hasta alcanzar su máxima popularidad en la década de los años 90 con la llegada de los primeros ordenadores.

Desde entonces, tanto la mayoría de los puestos con reconocimiento profesional como los que había en la enseñanza universitaria estaban ocupados por los hombres. En el mismo sentido, las asignaturas y las diversas investigaciones enfocadas al estudio y enseñanza de la historia del diseño en el siglo XX heredaron una visión sexista de hombres que enseñaban sobre los hombres, lo cual durante muchas décadas perpetuó y favoreció su posición en la publicación de libros, exposiciones, e incluso en la formación de cursos completos en la educación profesional, donde la imagen siempre era la misma: hombres destacados como líderes de corrientes y movimientos artísticos importantes, mientras que las mujeres eran sistemáticamente invisibilizadas y excluidas del discurso historiográfico dominante (Zelone et al., 2024).

Aunque el diseño gráfico no comparte la misma especificidad técnica que campos como la ingeniería o la tecnología, es una práctica profesional que ha evolucionado desde las artes plásticas, la cual integra una metodología propia de estas disciplinas. Empero, su enfoque actual se orienta cada vez más hacia el desarrollo de proyectos visuales a través de plataformas y herramientas digitales. De este modo, el diseño gráfico contribuye significativamente a la creación de proyectos de comunicación visual en entornos industriales y empresariales, aportando componentes emocionales y sensoriales claves para captar la atención del consumidor y transmitir mensajes de manera efectiva.

De acuerdo con el Anuario Estadístico de Educación Superior 2022-2023 (ANUIES, 2024), en el estado de Querétaro actualmente están inscritos un total de 1,753 estudiantes en programas educativos de Diseño, Comunicación Gráfica y Editorial. De estos, 1,190 son mujeres y 563, hombres. Esto indica que, por cada hombre que ingresa a estos programas, hay aproximadamente dos mujeres. Lo cual contrasta con los datos del ciclo 2012-2013, donde el total de inscritos era de 1,394, de los cuales 890 fueron mujeres y 504, hombres.

Tabla 1. Diferencia de inscritos a Diseño gráfico en los últimos 10 años

<i>Inscritos</i>	<i>Ciclo 2012-2013</i>	<i>Ciclo 2023-2023</i>	<i>Diferencia</i>
<i>Mujeres</i>	63.8%	67.9%	+4.1%
<i>Hombres</i>	36.2%	32.1%	-4.1%

Nota. Elaboración propia

En el caso del estado de Querétaro destaca un aumento sostenido en la participación femenina en los programas educativos de diseño gráfico desde 2012, según la Secretaría de Economía, en su portal Data México (Secretaría de Economía, 2024); lo cual contrasta con el fenómeno más amplio, observado en profesiones como la enfermería, la educación y el trabajo social, las cuales han sido catalogadas como propias del género femenino debido a que están vinculadas con cualidades como el cuidado y la empatía, tradicionalmente asociadas a las mujeres (Martínez-Miranda, 2011). Este fenómeno ha sido objeto de estudio en términos de su impacto en el prestigio, así como en la remuneración de dichas profesiones, las cuales suelen tener una valoración social inferior.

En contraste, aunque campos como la ingeniería y la tecnología han sido tradicionalmente dominados por hombres, la participación de mujeres en estos sectores ha ido en aumento. Este cambio responde al desafío actual de cuestionar las normas sociales que definen qué tipo de trabajo es apropiado para cada género (Stanislav, 2022).

Autores como Heilman & Caleo (2018) sostienen que los roles de género influyen en la elección académica y, posteriormente, en el acceso al mercado laboral. Esta socialización de género constituye un obstáculo significativo para el desarrollo profesional de las mujeres.

Por otro lado, Murphy y Oesch (2015) afirman que, a pesar de los avances, las profesiones feminizadas siguen teniendo una baja remuneración y prestigio comparado con campos dominados por hombres, como las ciencias y la tecnología. Este fenómeno se puede entender como parte de un proceso histórico donde la división sexual del trabajo, perpetuada por estructuras de poder, asigna roles de cuidado y empatía a las mujeres, mientras los hombres son asociados con roles productivos (Pinochet Cobos y Muñoz-Retamal, 2022; Meza, 2018).

MÉTODO

La presente investigación es de tipo cuantitativa, con un diseño no experimental y con un alcance descriptivo y correlacional. El diseño de la muestra fue por conveniencia y, por tanto, no probabilística, dirigida a un universo poblacional estimado de 1,500 diseñadoras y diseñadores en el estado de Querétaro, según datos de la Secretaría de Economía, en su portal Data México (Secretaría de Economía, 2024). El tamaño de la muestra fue calculado con una $Z=95\%$, $p=5\%$ y un $\text{error}=0.05$, dando como resultado 306 participantes. El objetivo fue obtener respuestas sobre las distintas áreas de especialización del diseño desde una perspectiva de género basadas en la experiencia de los participantes.

El instrumento utilizado fue una encuesta digital de creación propia por medio de la plataforma de Google Forms que está basada en pautas derivadas en informes previos realizados por la Asociación de Internet MX (2023). La recolección y distribución de datos se hizo mediante grupos y contactos de plataformas como Facebook, Instagram y Whatsapp, así como el envío de correos electrónicos a personas que pertenecen a la población objetivo de diseñadoras y diseñadores gráficos en el estado de Querétaro. El instrumento pasó por una validación previa, mediante una entrevista cognitiva (Gordon, 2004), para asegurar la claridad y coherencia de las preguntas con respecto a los objetivos del estudio.

Los datos demográficos considerados incluyen edad, género, distribución geográfica, institución de procedencia, experiencia profesional, grado de estudios, áreas de especialización y salario. Se garantizó la confidencialidad y el cumplimiento ético mediante el consentimiento informado antes de la encuesta (que también incluyó información de contacto para posibles dudas).

El análisis de datos se realizó mediante tablas cruzadas y pruebas de asociación como Chi-cuadrado y Razón de momios, utilizando el software SPSS. La recolección de datos, la referenciación de la investigación y el formato de la presente investigación, por su parte, utilizan el formato más actualizado de citación APA (2019).

RESULTADOS

El estudio contó con la participación de 317 individuos, lo que representa el 21% de la población estimada de 1,500 diseñadoras y diseñadores gráficos en Querétaro (Secretaría de Economía, 2024). Para garantizar la validez estadística de los resultados obtenidos en esta investigación, el tamaño de la muestra se determinó para lograr un nivel de confianza del 95%.

En algunos casos, debido a la distribución y características de los datos recopilados, algunos grupos de respuestas a las variables pueden resultar demasiado breves, lo que puede producir una variabilidad estadística importante, dificultando la obtención de conclusiones generalizables y robustas específicas para estos subgrupos. Tal es el caso de las respuestas de personas de identidad sexogenérica no-binaria, que únicamente fueron cuatro. En ese sentido, se presentarán a continuación los porcentajes que corresponden a las frecuencias más altas en cada caso específico de estudio.

En primer lugar, es importante mencionar la composición de los encuestados en relación con su ubicación geográfica. El 93% de los encuestados se concentraron en cinco municipios: Querétaro de Arteaga (49.2%), San Juan del Río (20.6%), El Marqués (10.2%), Corregidora (9.8%) y Tequisquiapan (3%). Si se agrupan los datos que corresponden a los municipios de la zona metropolitana el resultado sería de un 69.2%, lo que significa que en el estado de Querétaro por lo menos dos de cada tres diseñadoras y diseñadores gráficos pertenecen a dicha zona.

Para conocer un poco del contexto de la composición de la muestra, en el caso del tipo de institución de la que proceden los y las encuestados, el 67.2% indicó provenir de instituciones públicas, mientras que el 32.5% proviene de instituciones privadas. Este dato sugiere, en primer

lugar, la fuerte presencia que tiene la oferta de instituciones públicas en la formación de diseñadoras y diseñadores en el estado de Querétaro. En ese sentido, destaca que en las instituciones públicas los resultados ofrecen una participación de 41.5% de mujeres y un 25.7% de hombres. Mientras que, en las instituciones privadas, la distribución de género es más equilibrada, con un 14.1% de mujeres y un 18.3% de hombres. Si bien en este caso es significativa la diferencia de participación por género entre las diferentes instituciones, los datos actuales no permitirían entender las complejidades o los factores específicos que contribuyen a estas diferencias, por lo que se considera que podría requerir de una investigación más detallada sobre el contexto socioeconómico y su relación en la formación académica de las y los diseñadores para poder comprender los factores que influyen en dichos resultados.

En cuanto a la distribución general de las personas encuestadas por género, fueron ligeramente predominantes las del género femenino (54.9%, Tabla 2) con respecto al masculino (43.5%). En el análisis de datos, la representatividad de cada grupo demográfico es fundamental para garantizar la validez y aplicabilidad de los resultados. En este estudio, aunque se incluyeron participantes que se identifican con la opción “prefiero no decirlo” (1.2%) y “género fluido” (0.3%),² su representación numérica resulta insuficiente para un análisis estadístico de dichas identidades y refleja limitaciones metodológicas inherentes al tamaño de la muestra. Por lo tanto, el bajo porcentaje observado impide que sus datos se analicen sin comprometer la rigurosidad estadística.

Tabla 2. Participación por género

<i>Inscritos</i>	<i>No.</i>	<i>Frecuencia</i>
<i>Femenino</i>	<i>174</i>	<i>54.9%</i>
<i>Masculino</i>	<i>138</i>	<i>43.5%</i>
<i>Prefiero no decirlo</i>	<i>3</i>	<i>1.2%</i>
<i>Género fluido</i>	<i>1</i>	<i>0.3%</i>
<i>Total</i>	<i>317</i>	<i>100.0%</i>

Nota. Elaboración propia

Cuando la distribución por género se correlaciona con los resultados por grupo de edad (Tabla 3), se observa que hay más presencia femenina en jóvenes de entre 20 y 25 años que constituyen el 12.2% del total de encuestados, comparado con sólo el 5.5% masculino en el mismo grupo de edad. Por otro lado, los hombres muestran una mayor presencia a partir del rango de edad de 31 a 35 años (13.8%), lo que sin duda puede demostrar una ligera tendencia de mayor presencia masculina en generaciones de profesionistas a partir de esa edad, lo que evidencia que el campo

² Esto resalta la necesidad de realizar estudios futuros con muestras más grandes que incluyan efectivamente a personas de género no binario, permitiendo análisis más precisos de sus realidades y necesidades específicas.

profesional del diseño gráfico en el estado de Querétaro está pasando por un proceso de feminización.

Tabla 3. Participación por género y grupo de edad

	20-25	26-30	31-35	36-40	41-50	51-60
Feminino	21,8%	29,9%	22,4%	15,5%	8,6%	1,7%
Masculino	12,3%	21,0%	31,2%	19,6%	12,3%	2,9%
Total	17,6%	26,0%	26,3%	17,3%	10,3%	2,2%

Nota. Elaboración propia

En cuanto a la formación académica, las mujeres predominan en nivel licenciatura y doctorado, mientras que, en maestrías, donde hay una ligera mayoría masculina; destaca que, de las personas encuestadas, sólo personas de género femenino han logrado estudios doctorales. Este patrón se repite en diversas áreas de especialización (Tabla 4), donde la representación femenina es generalmente superior, en los casos donde es más evidente este contraste es en Diseño para Redes Sociales y Marketing, excepto en campos como usabilidad y experiencia de usuario (UX/UI). También es importante señalar que áreas como el diseño editorial son más populares en grupos de edad mayores, lo que puede sugerir que es una de las áreas del diseño que más cambios ha sufrido en los últimos años y, del mismo modo que Diseño para redes sociales e Ilustración digital, que son áreas en pleno desarrollo, pero que tal vez podrían estar atravesando una etapa de reorganización creativa debido a los últimos cambios relacionados con las herramientas de Inteligencia Artificial.

Tabla 4. Áreas de especialización y género

Salario	Femenino	Masculino
<i>Diseño Para Redes Sociales</i>	32,2%	19,3%
<i>Diseño Marcas</i>	29,3%	24,4%
<i>Marketing</i>	23,5%	14,1%
<i>Fotografía</i>	15,4%	14,5%
<i>Ilustración Digital</i>	14,5%	10,3%
<i>Diseño Editorial</i>	13,8%	10,3%
<i>Diseño Web</i>	7,7%	5,8%
<i>UX/UI</i>	4,2%	4,5%

Nota. Elaboración propia

En la Tabla 5 se puede observar, como primer hallazgo, una distribución casi equitativa entre los géneros, con un ligero predominio femenino (52%) comparado con el masculino (50.4%). Lo cual sugiere que podrían existir cambios importantes en la organización del trabajo de las

y los diseñadores, lo que coincide con fenómenos globales relacionados a la deslocalización del trabajo tradicional, éste podría favorecer los compromisos familiares o preferencias personales de la forma y estilo del trabajo en un entorno de trabajo desde casa.

Tabla 5. Lugares de trabajo

<i>Lugares de trabajo</i>	<i>Femenino</i>	<i>Masculino</i>
<i>Desde Casa</i>	52,0%	50,4%
<i>Desde Oficina</i>	35,2%	60,9%
<i>Desde Cualquier Lugar</i>	5,7%	13,8%
<i>Desde locales, plazas comerciales</i>	6,0%	5,8%
<i>Desde parques, plazas públicas</i>	1,0%	2,2%

Nota. Elaboración propia

En el caso del trabajo desde oficina, hay una marcada preferencia masculina (60.9%), en comparación con la femenina (35.2%). Como lo sostiene Naples (2020), esto puede sugerir tendencias tradicionales de género en el ambiente laboral o una mayor aceptación de roles presenciales y de liderazgo por parte de los hombres en ambientes de oficina. Por último, en el caso del trabajo desde cualquier lugar, hay una preferencia masculina (13.8%) con respecto a la femenina (5.7%), lo cual puede sugerir mayor flexibilidad o movilidad relacionado al contexto actual de la cultura digital donde existen más opciones para trabajar de forma indistinta y simultánea, lo que también podría estar relacionado o condicionado con situaciones de percepción de seguridad y comodidad entre cada uno de los géneros, así como una posible dificultad para las mujeres de trabajar en cualquier lugar, pues habría que evaluar en otros estudios si esto está asociado a la asignación de responsabilidades domésticas.

Por último, aunque las mujeres están activamente empleadas en el diseño gráfico en muchas de las áreas de especialización y su experiencia profesional se muestra bastante equitativa, a medida que disminuye la experiencia profesional, aumenta proporcionalmente la cantidad de personas de género femenino y cuando la experiencia supera los 10 años, se incrementa la presencia masculina. Por otro lado, en la Tabla 6, se observan diferencias en los ingresos por género, hay una proporción significativamente mayor de mujeres ganando menos de \$20,000, en comparación con los hombres que, en mayor proporción, ganan más de \$20,000, lo que indica una desigualdad salarial entre géneros.

Tabla 6. Salarios Altos

Género	Salario menor a \$20,000	Salario mayor a \$20,000
<i>Femenino</i>	78,2%	21,8%
<i>Masculino</i>	65,7%	34,3%
<i>Total</i>	72,6%	27,4%

Nota. Elaboración propia

Los resultados de la prueba de Chi-cuadrado (valor $p = 0.014$) indican que existe una diferencia estadísticamente significativa en la distribución de salarios entre hombres y mujeres. Esto sugiere que el género influye en el nivel salarial, siendo los hombres más propensos a ganar salarios más altos.

Tabla 7. Prueba de chi-cuadrado

	Valor	gl	P
χ^2	6.004	1	0.014
<i>N</i>	307		

Nota. Elaboración propia

El Razón de momios (RM) es de 1.877 para el género, e indica que las mujeres tienen casi el doble de probabilidades de ganar menos de \$20,000 en comparación con los hombres

Tabla 8. Estimación de riesgo

	Valor	RM (IC al 95%)
<i>RM para Género (Femenino / Masculino)</i>	1.877	1.131-3.117

Nota: RM = Razón de momios, IC = Intervalos de confianza, Elaboración propia

De esta manera, se evidencia cómo, aun cuando existe un incremento importante de la participación de mujeres en el ámbito del diseño gráfico, hay una persistente desigualdad de género en los rangos salariales del grupo estudiado; la tendencia marca que las mujeres son más propensas a ganar menos de \$20,000, mientras que los hombres tienen mayores probabilidades de alcanzar salarios más altos.

DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos de la encuesta sobre las y los diseñadores gráficos revelan tendencias importantes en los cambios derivados hacia la feminización en la profesión del diseño gráfico en el estado de Querétaro, principalmente evidenciada por la creciente participación femenina dentro de la práctica profesional; a su vez, los resultados revelan disparidades salariales que pueden ser síntomas de barreras estructurales persistentes que se traducen en limitaciones para el desarrollo profesional de las mujeres en el diseño gráfico.

El análisis de los datos recogidos en el estudio revela una desigualdad salarial significativa entre hombres y mujeres en el campo del diseño gráfico en Querétaro. Aunque las mujeres constituyen una parte considerable de la fuerza laboral, sus salarios son, en promedio, inferiores a los de sus contrapartes masculinas. Este fenómeno no es aislado y puede atribuirse a una persistente inestabilidad de las estructuras del trabajo creativo y cultural (Gill, 2019), donde se privilegia el intercambio simbólico y el reconocimiento desde los entornos digitales, lo cual no necesariamente se traduce en mejores condiciones laborales (Peñarrieta, 2023; Zafra, 2017).

Al correlacionar la distribución por género con los grupos de edad, se observa que las mujeres jóvenes entre 20 y 25 años superan significativamente a los hombres en ese rango de edad, mientras que los hombres son más predominantes en el grupo de edad de 31 a 35 años en adelante, esto sugiere que la presencia femenina se posicionará en los entornos de trabajo relacionados al diseño gráfico y el trabajo creativo en las próximas generaciones.

Los resultados demuestran que el diseño gráfico en Querétaro está experimentando un proceso de feminización, con una creciente participación de mujeres en las generaciones más jóvenes. Sin embargo, esta feminización no ha venido acompañada de equidad en términos de una mejor remuneración de salarios ni que contribuya a condiciones laborales satisfactorias. A pesar de que las mujeres representan una parte considerable de la fuerza laboral en diseño gráfico, la encuesta muestra que enfrentan barreras estructurales que limitan su desarrollo profesional y reconocimiento económico.

En cuanto a las áreas de especialización, se puede identificar que la mayoría de las mujeres mantiene una mayor participación en espacios como el diseño para redes sociales o el marketing que, aunque son indispensables en los entornos comerciales actuales de la era digital, suelen recibir una menor remuneración económica en comparación con áreas más técnicas como UX/UI, donde los hombres tienen mayor presencia. Además, se observa que el diseño editorial es más popular entre grupos de mayor edad, lo cual sugiere que ha sido un área sujeta a cambios significativos y que, además, podrían estar atravesando una reorganización de los procesos creativos debido a la adopción de nuevas herramientas de Inteligencia Artificial.

Por lo tanto, aunque ha habido un avance significativo en la participación de mujeres en el campo del diseño gráfico, las barreras estructurales relacionadas con estereotipos de género continúan impidiendo la creación de entornos laborales más equitativos (Boeff y Cánovas, 2020). Lo anterior puede interpretarse debido a que los hombres manifiestan una mayor preferencia por trabajar en oficinas (60.9% frente al 35.2% de las mujeres), lo que podría ser síntoma de un reflejo de los roles tradicionales de género de liderazgo en entornos de oficina, en contraste

con la falta de preferencia de las mujeres en dichos espacios, esto podría también sugerir una tendencia hacia cubrir compromisos familiares desde la casa. La persistencia de estas barreras tradicionales podría explicar formas en las que el predominio presencial de la figura masculina en ambientes de oficina se traduce en mejores oportunidades de crecimiento laborales y, por lo tanto, mejores condiciones salariales.

La prueba de Chi-cuadrado realizada en el estudio muestra una diferencia estadísticamente significativa en la distribución de salarios entre géneros, donde se sugiere que las mujeres tienen casi el doble de probabilidades de ganar menos de \$20,000 en comparación con los hombres. Esto evidencia que el género es un factor determinante en la estructura salarial dentro del campo del diseño gráfico en Querétaro.

Estas diferencias no sólo reflejan preferencias personales o culturales, también muestran cómo las normas de género influyen en la percepción de qué áreas son más adecuadas o atractivas para cada género. Esta desigualdad salarial tiene implicaciones profundas para el desarrollo profesional de las mujeres en el diseño gráfico, ya que no sólo afecta su ingreso actual, tiene un impacto directo en las oportunidades laborales que se traduce en una falta de equidad de género en el campo.

CONCLUSIONES

En respuesta al objetivo de investigar sobre cuáles son las características principales de las condiciones de feminización del diseño gráfico en Querétaro, así como los rezagos que persisten en la remuneración y las condiciones laborales de las mujeres en esta profesión, este estudio ha demostrado que, aunque la participación femenina ha aumentado significativamente, las mujeres continúan enfrentando desigualdades salariales y diversas barreras en su desarrollo profesional en el campo del diseño gráfico, siguiendo una trayectoria similar como en el caso de los estudios sobre profesiones como la enfermería o la educación. Estos obstáculos pueden estar relacionados, como señala Naples (2020), con las expectativas y estereotipos de género que aún persisten e influyen en el mantenimiento de estructuras laborales tradicionales y que dificultan la plena profesionalización de las mujeres.

La feminización de una profesión, como se ha observado en otros campos (Meza, 2018; Murphy y Oesch, 2015), no garantiza una mayor equidad en términos de reconocimiento o remuneración económica, lo cual refleja un techo de cristal que sigue presente en este ámbito creativo (Zelone *et al.*, 2024). Estos problemas se manifiestan claramente en el ámbito del trabajo doméstico y de cuidado (Hester y Srnicek, 2024), pero también se extienden a profesiones creativas y artísticas, donde las mujeres se enfrentan a barreras adicionales.

En la actualidad, muchos procesos creativos están mediados por el uso de herramientas digitales, las cuales requieren una actualización constante. Esta inestabilidad en el entorno digital puede afectar de manera desproporcionada a las mujeres, especialmente cuando se considera que, como señala Zafra (2017), las recompensas en estos campos tienden a centrarse más en el valor simbólico que en una mejora real del ingreso salarial. Esta situación perpetúa una pre-

carización que afecta de manera desproporcionada a las mujeres en profesiones creativas, tanto en la percepción social del trabajo femenino como en su capacidad de crecimiento profesional y económico.

El proceso de feminización en el diseño gráfico en el estado de Querétaro permite observar que la precarización del trabajo, lejos de mejorar, podría estar intensificándose, lo cual resulta en una mayor inestabilidad y devaluación laboral. Por ello, investigaciones como ésta buscan contribuir al análisis de los cambios en la profesionalización del diseño gráfico, impactando tanto la actualización de los programas de estudio (Carpinetti *et al.*, 2023) como el sector empleador. Estos resultados pueden servir para implementar intervenciones más asertivas en el desarrollo de políticas salariales equitativas, eliminar barreras y promover un mejor entendimiento de las circunstancias que afectan el desarrollo tanto profesional como laboral de las mujeres, especialmente en áreas vinculadas con expresiones artísticas, culturales y creativas, como el diseño gráfico.

No obstante, el estudio presenta obstáculos, uno de ellos es sobre las características de la muestra, misma que se limita a personas que sólo podrían haber participado desde el uso de internet, así como la concentración de resultados desde una distribución geográfica muy centralizada a la zona metropolitana del estado de Querétaro, con lo cual podrían existir barreras para la generalización de los resultados a otras regiones o contextos. Además, como lo señala (Durán y Flesler, 2021), incorporar los estudios queer y decoloniales resulta fundamentales para deconstruir las posiciones binarias y desarmar las estructuras patriarcales que aún dominan el campo del diseño gráfico.

El presente estudio pone de manifiesto que la feminización de una práctica profesional es un fenómeno complejo y que podría tener distintos matices dependiendo el contexto geográfico en el que se estudie; por ello, futuras investigaciones deberían enfocarse en incluir a otras regiones del estado, así como incorporar a personas no binarias para proporcionar una comprensión más completa de cómo las desigualdades de género se manifiestan en el diseño gráfico. Además será necesario indagar y comprender las motivaciones detrás de las elecciones respecto a las diferentes áreas de especialización, lo cual podría ofrecer hallazgos valiosos sobre la influencia de los estereotipos de género que puede provenir de distintas etapas de la vida y cómo pueden influir en las expectativas sociales y, por lo tanto, en las decisiones profesionales, así como en la conformación de un perfil profesional y su incursión laboral en espacios del trabajo creativo en el contexto actual.

Asimismo, el estudio subraya la necesidad de analizar las diferencias económicas entre géneros, especialmente la brecha salarial. Es crucial entender si estas diferencias son temporales o si los roles de género, desde una visión tradicionalmente masculinizada, siguen limitando las oportunidades de liderazgo de las mujeres en este ámbito. Adicionalmente, se podrían explorar cómo factores como la antigüedad, la carga laboral, las negociaciones salariales y la discriminación percibida afectan los ingresos de las profesionistas del diseño gráfico. Además, se podrían relacionar dichas condiciones con aquellas áreas de especialización más frecuentes dentro del campo profesional y cómo podrían tener un efecto en diferencias salariales.

En conclusión, este estudio ha demostrado que, aunque la feminización del diseño gráfico en Querétaro es un indicador de progreso hacia condiciones más equitativas de oportunidades profesionales, es necesario resaltar que no ha eliminado las barreras estructurales y salariales que limitan el desarrollo profesional de las mujeres. Este estudio demuestra que, al igual que en otras profesiones feminizadas, las mujeres en el diseño gráfico siguen enfrentando un techo de cristal que les impide acceder a roles de liderazgo y mejores oportunidades salariales, por lo que incorporar los estudios con perspectiva de género a la investigación profesional de esta profesión puede contribuir a la formulación de políticas educativas y laborales más equitativas. Además, futuros estudios deberían continuar indagando respecto a las diferencias salariales, la influencia de los estereotipos de género en la elección de las áreas de especialización y las dinámicas de poder que perpetúan la desigualdad en los campos de las expresiones artísticas, culturales y creativas.

REFERENCIAS

- Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior-ANUIES. (2024). *Anuarios Estadísticos de Educación Superior*. <http://www.anui.es.mx/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior>
- Boeff, D. F. y Cánovas, C. (2020). Estrategias de mujeres profesionistas que trabajan en ambientes masculinizados. *RECH-Revista Ensino de Ciências e Humanidades –Cidadania, Diversidade e Bem Estar*, 6(1), 36-44. <https://periodicos.ufam.edu.br/index.php/rech/article/view/7558/5304>
- Borderías, C. (2000). La feminización sobre el trabajo de las mujeres. *Mujeres: unidad y diversidad. Un debate sobre la identidad de género*, 51-93.
- Campi, I. (2020). *¿Qué es el diseño?* Gustavo Gili.
- Carpinetti, J., Gala, C., y Ceciaga, M. (2023). Diálogos conceptuales para la construcción de una historia feminista del Diseño del siglo XX. *RCbD: creación y pensamiento*, 8(15), 49-62. <https://doi.org/10.5354/0719-837X.2023.71726>
- Durán, V., y Flesler, G. (2021, junio). De visibilizaciones, esencialismos y contingencias: aportes de los estudios de género al campo del diseño. *Anales del Instituto de Arte Americano e Investigaciones Estéticas. Mario J. Buschiazzo*, 51(1). <https://www.iaa.fadu.uba.ar/ojs/index.php/anales/article/view/68>
- Gill, R. (2019). Cuando la propia vida es el campo laboral. Aspectos clave en la gestión de la vida en los empleos vinculados con tecnologías digitales. *Recerca. Revista de pensament i anàlisi*, 1(24), 14-36. <https://doi.org/10.6035/recerca.2019.24.1.2>
- Heilman, M. E., & Caleo, S. (2018). Gender discrimination in the workplace. In A. J. Colella & E. B. King (Eds.), *The Oxford handbook of workplace discrimination* (pp. 73–88). Oxford University Press
- Hester, H. y Srnicek, N. (2024). *Después del trabajo: una historia del hogar y la lucha por el tiempo libre*. Caja Negra Editora.
- Lupton, E., Kafai, F., Tobias, J., Halstead, J. A., Sales, K., Xia, L., y Vergara, V. (2022). *Extra bold un manual feminista inclusivo antirracista y no binario para el diseño gráfico* (V. Vergara, Trad.). Gustavo Gili.
- Margolin, V. (Ed.). (2005). *Las Rutas del diseño: estudios sobre teoría y práctica*. Designio.

- Martínez-Miranda, M. S. (2011). El fenómeno de la feminización: Una lectura desde el magisterio. *Pedagogía*, 44(1), 37-57. Recuperado a partir de <https://revistas.upr.edu/index.php/educacion/article/view/16559>
- Meza, C. A. (2018). Discriminación laboral por género: una mirada desde el efecto techo de cristal. *Equidad y Desarrollo*, (32), 11-31. <https://doi.org/10.19052/ed.5243>
- Murphy, E., & Oesch, D. (2015). The Feminization of Occupations and Change in Wages: A Panel Analysis of Britain, Germany, and Switzerland. *Social Forces*, 94(3), 1221-1255.
- Murphy, E., y Oesch, D. (2016, marzo). La feminización de las ocupaciones y el cambio en los salarios: un análisis del papel de Gran Bretaña, Alemania y Suiza. *Social Forces*, 94(3), 1221-1255. <https://doi.org/10.1093/sf/sov099>
- Muzio, D., y Bolton, S. (2008). The Paradoxical Processes of Feminization in the Professions: The Case of Established, Aspiring and Semi-professions. *Work Employment and Society*, 22(2), 281-299. <https://doi.org/10.1177/0950017008089105>
- Naples, N. A. (Ed.). (2020). *Companion to Women's and Gender Studies*. Wiley.
- Palermo, H., Radetich, N., y Reygadas, L. (2020, enero-junio). Trabajo mediado por tecnologías digitales: sentidos del trabajo, nuevas formas de control y trabajadores ciborg. *Revista Latinoamericana de Antropología del Trabajo*, 4(7), 1-35. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=668070943001>
- Peñarrieta, J., Colombo, A., Giovannini, C., y Vega, A. (2023, enero-junio). Me adapto para afianzarme, cambio para no estancarme: Percepciones sobre trabajo digital en Rafaela (Santa Fe) (2019 y 2021). *Astrolabio*, (32), 363-392. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9247737>
- Pinochet Cobos, C., y Muñoz-Retamal, J. (2022). Tiempos de ocio y trabajo creativo. mujeres y desigualdad de género en el campo artístico. *Athena Digital*, 22(1). <https://doi.org/10.5565/rev/athenea.2936>
- Porto, M. (2022). Obstáculos sociales y enriquecimiento a la creatividad de la mujer: una posible conexión. *Revista Creatividad y Sociedad*, (36), 56-68. <http://creatividadysociedad.com/wp-content/uploads/2023/01/revista%20cys-36/cys-36.pdf>
- Romo, M. (2019). *Psicología de la creatividad*. Paidós.
- Salinas, O. y Salinas-Flores, O. (2010). *Diseño e historia: tiempo, lugar y discurso* (I. Campi i Valls, Ed.). Designio.
- Salinas-Flores, O. (2019). El diseño gráfico en México. Un análisis histórico. *Revista Brasileira de Design da Informação*, 16(2), 184-197.
- Secretaría de Economía - Querétaro: Economía, empleo, equidad, calidad de vida, educación, salud y seguridad pública, Data México. (2024). Retrieved 2024, from <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/queretaro-qt>
- Stanislav, I. (2022). La feminización en la profesión docente. Análisis de la autopercepción sobre estereotipos de género de los estudiantes de magisterio. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/57810>
- Tiburcio, C. (2015). *La sociedad red del siglo XXI y el diseño gráfico: formación y ejercicio profesional de los diseñadores*. Universidad Iberoamericana Puebla.
- Zafra, R. (2017). *El entusiasmo: precariedad y trabajo creativo en la era digital*. Editorial Anagrama.
- Zelone, C. G., Ceciaga, M., y Carpentti, J. E. (2024). Mujeres hacedoras: Hacia una historia feminista del diseño del siglo XX. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, 39-48. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi232.11411>