

## ¿Los especialistas se están extinguiendo?

---

Por Francisco Silva

La tendencia hacia la multidisciplinariedad está afectando a los especialistas en branding y diseño gráfico.



En el mundo corporativo y empresarial, parece que los especialistas están enfrentando una extinción silenciosa. Desde que dejé la universidad hace seis años y me adentré en la vida laboral en México, he observado una tendencia creciente: las empresas están buscando cada

vez más personas multidisciplinarias en lugar de especialistas.

Siempre me gustó el diseño publicitario, pero mi madre no tenía dinero para que pagarme la institución especializada en la que yo deseaba estudiar. Por eso me formé en otra universidad, en la carrera de *Marketing y Publicidad*. La currícula era una mezcla de administración, estadística, diseño, *coaching*, branding y marketing (poco digital). Por eso considero que, desde ese punto, los futuros profesionales sienten la necesidad de saber de todo.

Durante la carrera, tuve dos profesores influyentes: uno seguía la línea de Marco Creativo (el discurso creativista tradicional del diseño), y otro me introdujo a las ideas que transmiten los creadores de FOROALFA. Ambos me decían que producía buena calidad gráfica, pero que me faltaba cultura gráfica, lo cual es esencial en el mundo del branding. Así, comencé a atender pequeños encargos, pero nada fuera de lo común. Hasta que encontré mi primer trabajo.

Fue en una distribuidora de equipo de laboratorio llamada Thermolab, que luego cambió su nombre a Dycelab. Allí realicé todos los procesos de marketing digital, comunicación, Wordpress, social media y más. Y además trabajé en el branding de la marca. Esto resultó beneficioso para mí, porque me permitió dominar múltiples actividades, aunque me costaba mucho trabajo consolidarme en una en particular.

Actualmente trabajo para un canal de televisión donde realizo las mismas tareas desde el día uno, pero con una metodología más eficiente. Esto me ha llevado a reflexionar: ¿por qué sucede todo esto? Buscando en diferentes portales de empleo encontré esta vacante en OCC que ilustra perfectamente la demanda de profesionales multidisciplinarios:

### **Especialista de Marketing Digital y Diseño Gráfico**

Objetivo: Generar estrategias de marketing innovadoras con el objetivo de generar leads potenciales y desarrollar materiales de alto impacto que impulsen la comercialización de los inmuebles.

Funciones: Generar estrategias de marketing para las propiedades locales. Coordinación con agencia digital para las diferentes campañas.

Implementar estrategias para generación de leads potenciales para las propiedades. Alta, administración y actualización de propiedades en Colliers y portales inmobiliarios: inmuebles 24, vivanuncios y mercado libre.

Coordinación de publicidad exterior para los inmuebles como rótulos y/o lonas. Apoyo con el armado del arte de materiales gráficos de las diferentes líneas de servicio, presentaciones corporativas y materiales promocionales de las propiedades. Edición y creación de videos. Apoyo en la logística de eventos de la industria y creación de contenido. Realizar benchmarking del sector. Gestión y coordinación con proveedores en los casos que aplique.

Requisitos: Licenciatura en Mercadotecnia, Diseño Gráfico.

La descripción de este puesto refleja claramente la tendencia actual en el mercado laboral: se buscan profesionales que puedan manejar múltiples disciplinas. Esta demanda de versatilidad y adaptabilidad está redefiniendo lo que significa ser un especialista en el ámbito del diseño y el marketing.

## ¿Cómo afecta la demanda de multidisciplinariedad al branding y la identidad gráfica?

La influencia de esta tendencia puede ser vista desde tres perspectivas:

- **Laboral**

Para los que buscan oportunidades laborales y necesitan ingresos concretos, esta tendencia puede ser beneficiosa. La capacidad de manejar múltiples disciplinas permite acceder a una variedad de puestos y aumentar la «empleabilidad». Ser versátil y multifacético puede abrir más puertas en el mercado laboral, ofreciendo una mayor estabilidad y seguridad financiera. Además, los profesionales multidisciplinarios pueden encontrar satisfacción en la variedad de tareas y desafíos que enfrentan, lo que puede resultar en un crecimiento profesional más dinámico y enriquecedor.

- **Profesional**

Esta tendencia también presenta desafíos significativos para los especialistas en branding. La creencia de que «cualquiera puede hacerlo» degrada el valor del conocimiento profundo y la experiencia especializada. El branding y la identidad gráfica son disciplinas que requieren un entendimiento detallado de la teoría del color, la tipografía y la coherencia visual, entre otros aspectos. Los especialistas en estas áreas aportan un nivel de precisión y creatividad que es difícil de replicar sin una formación y experiencia específicas. Cuando se recurre a profesionales multidisciplinarios para tareas de branding y diseño gráfico, existe el riesgo de que la calidad final del trabajo se vea comprometida. Las soluciones pueden volverse genéricas y basadas en fórmulas repetidas, limitando la eficacia del trabajo. La falta de profundidad en el conocimiento y la escasa experiencia pueden dar como resultado trabajos poco coherentes y eficaces, degradando la profesión.

- **Económica**

Las empresas pueden beneficiarse económicamente al contratar profesionales que puedan cubrir múltiples roles, reduciendo costos operativos y simplificando la gestión de recursos humanos. Sin embargo, esta estrategia puede ser contraproducente a largo plazo si se sacrifica la calidad profesional. Una marca fuerte y coherente es fundamental para el éxito empresarial, y subestimar la importancia de contar con especialistas puede debilitar el impacto de las inversiones en branding y e identidad visual.

En conclusión, mientras que la multidisciplinariedad puede ofrecer ventajas económicas y oportunidades laborales, también plantea riesgos significativos para la profesión. Es crucial encontrar un equilibrio que permita aprovechar la versatilidad sin comprometer la profundidad y eficacia que solo un especialista puede ofrecer.

Publicado el 26/02/2025



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/los-especialistas-se-estan-extinguendo>

---

