

Qué necesitará saber el diseñador gráfico en 2024

Por Manuel Ayala

La generación de estudiantes de diseño gráfico que recién está comenzando sus estudios, se graduará en 2024. ¿Qué habilidades necesitarán incorporar para poder llevar adelante una carrera laboral exitosa?



«Si enseñamos hoy como aprendimos ayer, privamos a nuestros niños del mañana».

La educación y las necesidades de la actual sociedad del conocimiento están en constante cambio, y la cantidad de información existente y accesible para los estudiantes de hoy y de las próximas generaciones es enorme, por lo tanto es necesario cultivar en ellos competencias clave que les ayuden a crecer como profesionales de la comunicación visual y a destacar en un entorno productivo regional, nacional e internacional. El diseñador gráfico actual trabaja en un ambiente diverso y en constante crecimiento, en colaboración con equipos multidisciplinarios y proyectos, donde los medios impresos y digitales no se contemplan como entidades separadas, sino como complementarias. El perfil educativo de un programa de diseño debe atender a esta situación sin olvidar ni restar mérito a los fundamentos del diseño gráfico.

El joven egresado de este plan educativo debe ser un profesionalista con habilidades para resolver los problemas que se le presenten en cuanto a diseño gráfico con una visión humanista, sin que el medio, sea impreso o digital, represente un obstáculo en el proceso de resolución. Para eso se deben desarrollar en el alumnado las competencias necesarias que le permitan afrontar la situación de cambio constante del mercado laboral.

¿Cuáles son las competencias clave que deben desarrollar los futuros diseñadores gráficos?

1. Creatividad

La habilidad creativa es fundamental para la correcta práctica del diseñador gráfico. Tener la capacidad de desarrollar e innovar con conceptos que tienen su raíz en las corrientes artísticas y del diseño para luego convertir esos conceptos en una imagen distintiva, producto o mensaje que se contextualice de una manera significativa. La habilidad creativa no debe confundirse con ejercicios carentes de sentido, que se esfuercen por romper las reglas o salirse del molde. Para romper las reglas primero hay que conocerlas.

2. Capacidad de reflexión crítica

El diseñador gráfico no es una entidad aislada, sino parte de un conjunto multidisciplinario de profesionistas en constante intercambio de ideas, ideologías y métodos. Por lo tanto, tener la capacidad de considerar, analizar, interpretar y asesorar el trabajo propio y el de otros, se vuelve en una habilidad clave que debe desarrollarse de manera curricular.

3. Capacidad de crecimiento

Es necesario formar en los estudiantes la visión de aprendizaje continuo y crecimiento profesional, para que sean capaces de desarrollar su visión y métodos de trabajo a través de la investigación constante, para contribuir a la profesión, a la industria y a la sociedad. En la sociedad del conocimiento, el ritmo de evolución de la comunicación se ha incrementado. Mantener un nivel de conocimiento cristalizado resulta inviable. Se necesita una actitud de aprendizaje, investigación y actualización constante.

4. Habilidad organizacional

La capacidad de establecer y mantener un ambiente de trabajo funcional y aspiracional, para balancear el trabajo con el aprendizaje constante. El perfil del egresado tiene un amplio rango de oportunidades laborales; sin embargo independientemente del modo de inserción, sea crear un negocio propio o sumarse a un equipo integrado por profesionales de la comunicación, la capacidad de establecer o mantener un espacio de trabajo funcional es crítica. En la región se crean muchas agencias que desaparecen en pocos a los meses.

5. Habilidad de comunicación

Ser capaces de transmitir de manera efectiva las ideas propias de investigación o trabajo, hacia los colaboradores, así como poder entablar un diálogo eficiente con los clientes y terceros interesados. Esta habilidad se debe desarrollar en el alumnado como parte fundamental del plan de estudios. Comunicar una idea o un concepto a través de palabra o bocetos es clave para cualquier diseñador gráfico como parte de un equipo de trabajo. Una comunicación eficiente con los los colaboradores y clientes es vital para el correcto funcionamiento de cualquier empresa o agencia. A la habilidad de expresar también debe sumarse la de saber escuchar y comprender lo que el cliente necesita en cada proyecto, para poder atender y cumplir sus expectativas.

6. Consciencia social

La habilidad de entender, empatizar y relacionar el trabajo con el contexto social. Para ser un excelente comunicador visual no alcanza con dominar los aspectos técnicos de la profesión. Es común encontrarse con profesionales que viven en una burbuja creada por su propia afinidad al diseño gráfico: todo su día, su plática y su persona gira en torno al diseño. El diseñador gráfico ideal no debe ser una persona cerrada, debe salir de esa burbuja, relacionarse con su entorno, conocer de tendencias y cultura general, estar al tanto de las noticias, de lo que ocurre a su alrededor, a nivel local, regional y global.

7. Capacidad colaborativa

La más importante de todas las capacidades en el entorno profesional actual, es tener la capacidad de contribuir de manera independiente en procesos de trabajo colaborativos. Puede sonar sencillo para algunos pero esta habilidad no está considerada en muchos programas académicos actuales. Los estudiantes deben desarrollar la capacidad de trabajar en grupos de manera eficiente. No es suficiente asignarles trabajos en equipo. Es necesario crear el contexto adecuado y la guía necesaria para que el trabajo se distribuya en los grupos de manera eficaz; evitando el «cada quien hace lo suyo y al final lo juntamos».

Tendencias laborales para los próximos años

En México un estudio realizado por una revista especializada de Diseño —«Estudio de Sueldos de Diseño 2016»— analizó los sueldos de diseñadores gráficos por región, sector, edad, género y especialidad. El estudio demostró que la especialidad de gráfica digital crece año con año y va dejando atrás con amplio margen las especialidades de diseño de identidad, diseño editorial, diseño de empaque y demás.

Hace 10 años no era común pensar en pagar por un servicio de gestión de las redes sociales, y hoy existe un nicho de mercado totalmente nuevo. Existen negocios y agencias que basan toda su estrategia de negocio y monetización en torno al marketing digital y contenido en redes sociales, alimentando así la demanda de diseñadores gráficos con esta especialidad para poder satisfacer la demanda del mercado de las *startups* y empresas emergentes. Es tiempo de ponderar esta demanda social y modificar los programas académicos para que los futuros profesionistas cultiven estas habilidades que los harán competitivos.

Publicado el 16/12/2019



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/que-necesitara-saber-el-disenador-grafico-en-2024>

