

Ya no alcanza con ser buen diseñador

Por Vicente Sandoval

Cada vez son más las empresas que valoran las habilidades sociales de quienes se postulan para un puesto de diseñador.

En las escuelas de diseño se hace un gran esfuerzo por desarrollar, en los y las estudiantes, las competencias técnicas propias de nuestra profesión, no obstante, en la actualidad, tener más competencias no es suficiente, se valoran además las habilidades sociales. Entonces, cabe preguntarse, ¿qué tan válidas son las habilidades sociales en nuestra profesión?

Las habilidades sociales son «ese conjunto de conductas emitidas por un individuo en un contexto inter-personal que expresa los sentimientos, actitudes, deseos, opiniones o derechos de ese individuo de un modo adecuado a la situación, respetando esas conductas en los demás, y que generalmente resuelve los problemas inmediatos de la situación mientras minimiza la probabilidad de futuros problemas».¹

¿Por qué mirar a las empresas líderes?

En Julio de 2009, con ayuda de la información proveniente de la Agencia Francesa para el Videojuego AFJV (2009), la Asociación de Software de Entretenimiento de Estados Unidos ESA (2009) y la Asociación de Desarrolladores de Videojuegos Argentina ADVA (2009), buscamos establecer el perfil laboral de los y las profesionales del diseño que están siendo requeridos por las grandes empresas de la industria del videojuego, software e Internet con el objetivo de conocer en qué medida las competencias técnicas y las habilidades sociales, asociadas a los perfiles profesionales son más o menos relevantes para estas compañías.

Fue de vital importancia echar un vistazo al tipo de requisitos personales, profesionales y académicos que solicitan las compañías líderes con relación a las y los profesionales del área del diseño gráfico. Esto, no por el simple hecho de informarse, sino porque estas empresas han sabido crecer y aún más importante, mantenerse vigentes en el mercado. Han logrado ser actores de la madurez de la industria, sea de los videojuegos, software e Internet. Por supuesto, son ellas quienes al estar en la proa de los tiempos, tienen la posibilidad de ver más allá «del ahora» de su industria. Con respecto a esto, podemos señalar que cuando estamos viendo un «nuevo» servicio o producto en los estantes de una tienda, en realidad estamos viendo el «pasado» de la compañía, en otras palabras, lo que está en el mercado es el resultado de meses o años de trabajo, el último eslabón de una cadena de hechos.² Las empresas líderes saben mantenerse vigentes debido a que jamás detienen ese ciclo de innovación, así, resulta imprescindible revisar qué tipo de profesionales están requiriendo, si lo que se quiere saber es la futura relación mercado-demanda-oferta profesional en una

industria determinada.

¿Qué pide la industria del videojuego, del software e Internet?

En un estudio publicado por la Culture études³ (2009, p.12) del Ministerio de Cultura y Comunicación de Francia, se reveló que más de la mitad de las demandas laborales en el área de los videojuegos estaban dirigidas a artistas gráficos, frente al resto de los perfiles profesionales: ingeniería, programación, jefatura de producción, etc.

Entonces, cabe preguntarse desde el punto de vista de esas empresas, ¿cómo distinguir a un buen o a una buena profesional? Esta pregunta no será respondida totalmente aquí, porque corresponde al campo empresarial, pero sí deja en evidencia una arista no siempre contemplada en los programas de estudios de las escuelas de diseño: las habilidades sociales. Veamos.

Compañías tales como Electronic Arts, Facebook, Google, Microsoft, Nintendo, PlayStation y Valve, publican en sus sitios, decenas de pedidos de trabajo diariamente, en ellos se observa que las principales competencias técnicas requeridas no son del todo difíciles de adquirir, refiriéndose a habilidades como una buena competencia en el dibujo o un excelente manejo de algún editor de imágenes, capacidades alcanzables con un exigente programa educativo en cualquier escuela de diseño del mundo. Entre los principales requerimientos de la profesión propiamente dicha se encuentran:

- Conocimientos o bagaje de la profesión.
- Especialización en software o técnica (storyboard, fotografía, etc.).
- Idiomas: principalmente inglés.

No obstante, es interesante destacar que los principales énfasis se hacen en la experiencia y las habilidades sociales. Algunas de estos requisitos pueden explicarse de la siguiente manera:

- Efectiva resolución de conflictos.
- Habilidades inter-personales (trabajo en equipo).
- Automotivación e inspiración por el trabajo bien hecho.
- Altamente comprometido.

A simple vista, se puede advertir que estas habilidades son, en efecto, un prerequisite para casi cualquier tipo de trabajo profesional y uno podría minimizarlos, sin embargo en los hechos resultan ser los «requisitos clave» para acceder a los puestos requeridos. Por lo tanto, si se quiere elevar el nivel de la discusión del diseño más allá de los campos técnicos de la profesión (que nadie pone en duda) y alcanzar una mirada holística de nuestro quehacer, sobreviviendo de forma positiva a los cambios del mercado —fuente de nuestra actividad— resulta necesario preocuparse por las habilidades sociales al interior de las carreras de

diseño.

¿Qué podemos hacer?

Desde este punto, asumir la responsabilidad de que además de «diseñadores y diseñadoras», se deben formar «profesionales», puede considerarse una tarea ineludible, en primer lugar, de parte de los centros de estudios, y en segundo, de toda la comunidad del diseño.

Dado que muchas personas pensarán que estas habilidades se adquieren en edades tempranas —en primaria o secundaria— o que tienen una directa relación con el nivel socioeconómico de las familias de procedencia, y que finalmente en las universidades, institutos y centros de educación superior ya poco se puede hacer, ¿es posible resignarse a que nada se puede hacer?, ¿resulta ético renunciar al intento? Este trabajo no plantea respuestas a esas preguntas, sólo pone de manifiesto una cuestión global, usando como marco de referencia una situación específica —las demandas laborales de empresas líderes—. No obstante, desde lo aislado y periférico de esta dimensión, las preguntas son válidas y también cruciales. Las escuelas de diseño tendrían que asumir que, desde que el mercado se ha vuelto más complejo, se debe atender no sólo a las competencias técnicas, sino también al proceso incesante de cambios en el contexto profesional, y uno de esos cambios es la exigencia de diseñadores dotados de las llamadas «habilidades sociales».

Publicado el 12/05/2010

-
1. Caballo, V. (1987) *Teoría, evaluación y entrenamiento en habilidades sociales*, Valencia, Promolibro.
 2. Ruelas-Gossi, A., (2009) *Emprendimiento en Tiempos de Crisis* [conference], Temuco: ENALA 2009.
 3. Le Ministère de la Culture et de la Communication de France (2009) 'Creativity in the Video Games Industry', *Cultural Études*, 1-15.

FOROALFA

ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/ya-no-alcanza-con-ser-buen-disenador>

