

Diseñador Gráfico en Santa Cruz: un perfil "face to face" (*)

La historia académica del Diseño Gráfico es fácilmente comparable al estoicismo de la Cenicienta.

Si esto fuera un *identikit*, tendríamos que decir que se trata de casi un artista, casi un técnico, casi un comunicador, casi un dibujante. El estigma del "casi" ha sido, pues, fiel acompañante del diseñador gráfico a nivel técnico superior. La historia académica del Diseño Gráfico es fácilmente comparable al estoicismo de la Cenicienta. Quizás su falta de consistencia teórica, en algunos casos, o los márgenes imprecisos del "oficio", en otros, o quién sabe, su fuerte tendencia a la aplicación, justifique la ausencia de fans en el rubro de lo humanístico. Entonces cabe una filosofía apurada: ¿Podría ser el diseñador un profesional técnico-académico de alto vuelo, o es que acaso está condenado para siempre a la realización de tareas específicas, casi ecuacionales?

Como diseñador gráfico a nivel técnico superior, precisaba responderme a esta pregunta, pues gran porcentaje de mi desempeño laboral chocaba con esta disyuntiva que afectaba otras dimensiones de la profesión, tales como el status, la remuneración económica y el reconocimiento de talentos, habilidades y destrezas. Una revisión panorámica de las profesiones técnicas en el área humanística y artística daba cuenta de cómo en Latinoamérica la titulación en escala ha significado una mejor calidad de vida, en tanto que la especialización técnica aún es susceptible de algunas diferencias no muy agradables.

Omar Ampuero Calderón
Investigación
Giovanna Rivero Santa Cruz
Redacción para Aportes

(*) Resumen del Trabajo Final de Grado presentado para optar a la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social. Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra (UPSA), 1999.

Por otra parte, el advenimiento apocalíptico de la globalización a nivel económico y cultural, ha generado desfases positivos en el know how de las profesiones, debido sin duda, a que la fragmentación del conocimiento acarrea a la par la necesidad de especializaciones demasiado concretas, demasiado "zoom in". La paradoja, sin duda, aparece veloz: ¿Por qué, entonces, el Diseño Gráfico habría de "academizarse", cuando lo técnico empieza a tener futuro?

El caso de la UPSA

La Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra dio a luz al la carrera de "Diseño Gráfico y

años. ¿Ventaja? La mente 'fresca' es un terreno fértil para la creatividad. ¿Desventaja? La experiencia, como es lógico, aún es mínima, y por tanto las instancias de eficacia y astucia para hacerse cargo de empresas personales se torna en una aventura, una cita a ciegas.

- La mayoría de los diseñadores gráficos graduados de la UPSA son mujeres (68.2%). Este número habla de una percepción un tanto desequilibrada respecto a las características excesivamente artísticas (y femeninas) de la carrera.

- Las tareas profesionales detectadas fueron en orden de frecuencia, las siguientes: trabajos

la fragmentación del conocimiento acarrea a la par la necesidad de especializaciones demasiado concretas, demasiado "zoom in". La paradoja, sin duda, aparece veloz: ¿Por qué, entonces, el Diseño Gráfico habría de "academizarse", cuando lo técnico empieza a tener futuro?

Publicitario" hace ya doce años. Los requerimientos del mercado laboral hicieron humo a los fantasmas de graduados desempleados. Quizás uno de los más autosuficientes, el diseñador graduado ha sido capaz de 'montar' su propia empresa y crearse sus propios públicos. Sin embargo, son estos mismos profesionales y aquellos jóvenes aún en proceso de formación quienes establecieron las primeras urgencias para ampliar el Diseño y convertirlo en una "licenciatura". Sin desmerecer la importancia del nivel técnico superior. Las percepciones venían de otra parte, del mismo mercado a quien no le convenía -es comprensible- reconocer el verdadero valor de este profesional, pues tal paso encarecía su trabajo.

Sobre este punto, la investigación exploratoria arrojó datos interesantes que van dibujando un perfil en forma y fondo:

- El diseñador gráfico en Santa Cruz es un profesional joven, que oscila entre los 23 y 26

específicos de diseño (folletería, imagen, artes, etc.), realización de proyectos audiovisuales, tareas de dirección artística-creativa, diagramación y diseño de páginas web y señalética. Y, finalmente, la cátedra en un mínimo porcentaje, debido a que la dispersión académica incide en la debilidad para la transmisión de conocimientos a ese nivel.

- La lejanía con relación a las técnicas computarizadas (tecnología constantemente en evolución) ocasiona desaprovechamiento de ofertas laborales y disminución de honorarios.

- Sobre la remuneración, es importante recalcar que este factor depende de los tipos de trabajos a los que se ajusta el diseñador. El 79.5% resultó ser asalariado dependiente (uno más de la agencia), pero con el detalle revelador de que la mayoría percibe ingresos extras por trabajos "free lance", lo cual va abriendo camino para una futura independencia. De ahí que los sueldos más bajos estén en el rango de 200 a 400 U\$, y los más al-

tos no excedan los 900 U\$. El tope citado puede ser imputado al título, aspecto que se agrava si se considera que las horas de trabajo alcanzan jornadas de hasta 10 horas, de lunes a sábado, por las cuales el diseñador no cobra, no se siente lo suficientemente respaldado para hacerlo.

- El punto último es un pilar fundamental para iniciar la transición hacia el famoso "academicismo", ya que para el cliente el diseñador es sinónimo de un "hacedor de productos y mensajes", no un "pensador", y por

excelencia?

Un perfil académico que apunte hacia la especialización en post grado no es, desde esta veta, una misión imposible. El fruto ha madurado, más aún si se toma en cuenta que las modernas empresas han encontrado en la comunicación una fuente inagotable de respuestas para sus conflictos organizacionales.

Además, el tiempo de una enseñanza especializada y profesional ha llegado. O sea, aprender Diseño Gráfico de un diseñador

...para el cliente el diseñador es sinónimo de un "hacedor de productos y mensajes", no un "pensador", y por tanto, sólo se le paga en cuanto a producto acabado, ignorando que los procesos intelectuales no tienen un valor tarifario inamovible.

tanto, sólo se le paga en cuanto a producto acabado, ignorando que los procesos intelectuales no tienen un valor tarifario inamovible.

La fórmula del Diseñador

Los humildes y huérfanos orígenes del Diseño Gráfico nos remontan a un proceso artístico *underground* y de vanguardia, y por lo tanto, sus riesgos para sobrevivir como "oficio" no fueron pocos. Dependiente de la creatividad, el diseñador ha sido, en muchas ocasiones, subestimado por los científicos y filósofos; ahora bien, su verdadera fórmula reside en la estrategia. El diseñador es un estratega de la comunicación visual, es un solucionador de problemas visuales-conceptuales, un intérprete intermediario entre el mundo fantasioso de las ideas (que pueden gestarse en su propia mente o en las necesidades del cliente) y las exigencias de la realidad (que se manifiesta como el contexto lector o, incluso, como el problema gráfico en sí, mucho más abstracto). Para Joan Costa, "su rol es en síntesis el de convertir unos datos simbólicos en un proyecto funcional y éste en un producto o un mensaje" (1). Con todo esto, ¿no es justo decir, entonces que el diseñador gráfico es un comunicador por

gráfico, que hable el mismo código, se torna imperioso.

La transición

Hasta 1999, la Facultad de Comunicación Social y Humanidades de la UPSA, al cabo de seis semestres, otorgaba el título de Diseñador Gráfico y Publicitario (hoy por hoy, ese título se ha rebautizado con el nombre de "Diseño Publicitario", pues el "Diseño Gráfico" acaba de estrenarse a nivel licenciatura con un éxito que nace de la sed de graduados y jóvenes bachilleres altamente competitivos). Reconozco en mi propia formación fortalezas infinitamente útiles. La capacidad para el dibujo, flexibilidad en el área audiovisual, destrezas artesanales y manuales, mirada fotográfica y manejo de texturas nutrieron mi intelecto artístico y con estas armas me lancé a la lucha laboral. Fue en el campo de acción, justamente, donde los vacíos conceptuales salieron a la luz.

Debo decir también que los grupos focales que se realizaron entre diseñadores gráficos relevaban el hecho de que su experiencia laboral aumenta la dosis de exigencia académica. "No somos iguales que otros estudiantes universitarios nuevos recién saliditos

Las diferencias existentes entre los perfiles académico y laboral se dan principalmente a causa de los requerimientos del mercado. ¿Somos víctimas del mercado? No. De ninguna manera y al contrario, el mercado puede convertirse en nuestro mejor aliado.

de colegio, ya trabajamos y sabemos lo que estamos buscando de una formación a nivel licenciatura", manifestaron mis colegas, para quienes hasta la programación de horarios debe acomodarse a su dinámico cronograma de trabajo.

Desde otro ángulo, el grupo focal con clientes (empleadores) reveló que los graduados de la UPSA son muy solicitados por su cultura y profesionalismo, aunque las deficiencias respecto a la puntualidad en la entrega de trabajos, insuficiencia de conocimientos teóricos más amplios e incluso la descortesía, inclinan la balanza hacia la contratación de empíricos, neutralizando las diferencias de la formación universitaria y del ejercicio *amateur*.

¿Qué atributos tomar en cuenta para el diseño de un nuevo perfil profesional?

En primer lugar, la unidad facultativa proporcionó la información fundamental para localizar las debilidades teóricas del Diseño Gráfico y Publicitario a nivel técnico superior. Los contenidos mínimos de materias como semiología, publicidad, psicología y teorías sobre imagen en general, encargadas de aportar y reforzar habilidades cognitivas reflexivas, no estaban siendo lo suficientemente aprovechadas, pues su abstracción creaba una nebulosa en relación a su utilidad concreta para el desempeño del futuro profesional. Muchas veces yo mismo me pregunté: ¿Cómo puedo aplicar un "campo semántico" en la construcción de un logotipo? Y aunque la interrogante suene gastada, muchos de mis colegas tropezaron con el obstáculo de la

"aplicación" de teorías y conceptos, pues hemos de estar de acuerdo en que el diseño siempre arribará, finalmente, al puerto de la aplicación.

La interdisciplinaria, en este caso, tendía a convertirse en veneno para la especificidad del diseñador. Recuérdese que la unidad facultativa en cuestión, es la matriz de las carreras de Psicología, Comunicación Social, Periodismo y Diseño Gráfico y Publicitario, corrientes humanísticas con zonas teóricas comunes, compartidas e interrelacionadas. De ahí que muchas cátedras, entre ellas las materias citadas en el párrafo anterior, son impartidas para universitarios de distintas carreras, llegando a sesgar las reflexiones académicas necesarias y pertinentes para cada una.

En el gráfico No. 1 reproducimos un fragmento, a modo de muestra, del "Cuadro comparativo de habilidades y conocimientos académicos y laborales" que se realizó para identificar las brechas existentes entre los perfiles académico y laboral que presenta el graduado de "Diseño Gráfico y Publicitario" de la UPSA, brechas que la nueva currícula debe 'remendar' de modo definitivo:

En definitiva...

Las diferencias existentes entre los perfiles académico y laboral se dan principalmente a causa de los requerimientos del mercado. ¿Somos víctimas del mercado? No. De ninguna manera y al contrario, el mercado puede convertirse en nuestro mejor aliado. Para ello, la estructura de la malla curricular a nivel licenciatura, que se ha puesto en marcha al

compás del nuevo milenio, ya ha observado el énfasis en la creatividad y la consolidación de teorías, amén de abrir las puertas al campo de la animación. Con estas armas, el perfil va pintando una *gestalt* distinta, más segura y valorada, alimentada por capacidades como: adaptación y plasticidad a los requerimientos del cliente, sin perder el sello profesional, el estilo; ductibilidad, responsabilidad, análisis crítico e iniciativa.

Así pues, hoy más que nunca, el diseñador

gráfico estará apto para cruzar la frontera del "casi" y convertirse en un especialista.

NOTAS

(1) COSTA, Joan. (1990) Colección de Diseño. Imagen Global. CEAC. Barcelona.

BIBLIOGRAFIA

DIAZ, F.B. ARCE y otros. (1996) Metodología de Diseño Curricular para Educación Superior. Ed. Trillas. México

Guía del Diseño Gráfico para Profesionales. Jennings, Simon. Ed. Trillas México. 1995.

ORIHUELA C. José Luis. (1997) Los desafíos de la Comunicación globalizado. IX Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social. Felafacs.

Calificación/Usó de la formación del Diseñador Gráfico y Publicitario a Nivel Técnico Superior

Item	Nivel Académico (NA)	Nivel Laboral (NL)	Observaciones
Trabajos de pre-prensa	Insuficiente	Bueno	A NA se enseña poco y es teórico y a NL los que desconocen el proceso tienen problemas frecuentes con la reproducción de sus diseños
Separación de Colores	Deficiente	Regular	A NL se considera que el mayor problema que se tiene es con los colores (deficiencia en conocimientos de "Teoría del Color").
Conceptualización	Regular	Buena	A NL el cliente aprecia mucho la habilidad para conceptualizar los diseños. A NA muchas veces se sacrifica lo conceptual por lo efectista o puramente formal.
Campaña Publicitaria	Regular	Buena	A NL el diseñador precisa conocimientos sobre mercadeo y elaboración de racionales o documentos de apoyo a la campaña.
Diseño y Psicología	Deficiente	Mala	Las implicaciones psicológicas de los elementos formales (colores, líneas, texturas, contornos, etc.) y conceptuales en los diseños a NA y NL son áreas desconocidas para los diseñadores actuales.
Oratoria	Deficiente	Regular	Saber hablar bien es imprescindible, sobre todo para los diseñadores que tratan directamente con los clientes y deben exponer ante ellos sus ideas. A NA deben realizarse constantes ejercicios de exposición y defensa.
Teoría de la Imagen	Regular	Regular	El diseñador utiliza teoría básica para la argumentación de sus diseños. Hace falta una mayor profundización.

El Departamento de Asesoría y Bienestar Estudiantil (DABE) Implementa nuevos programas de apoyo académico

El DABE apoya a los estudiantes deseosos de promover sus habilidades cognitivas, con nuevos cursos psicopedagógicos de corta duración, los que proporcionan mecanismos importantes de auxilio, para continuar el proceso de aprendizaje con éxito, en los grados universitarios posteriores.

Los cursos son de lectura veloz, agilidad mental, memoria, cómo utilizar al máximo nuestra inteligencia, métodos de estudio, técnicas de aprendizaje y técnicas de relajamiento.

Las ventajas de dichos cursos reside en su aplicabilidad directa con el pre o post grado. Además que pueden ser estudiados por cualquier persona, con un mínimo de esfuerzo. Cada curso, comprende una serie de ejercicios y técnicas efectivas que solucionan alguno de sus problemas de aprendizaje. No sustituyen a la orientación vocacional, académica o supervisión, más bien la complementan. erradican los malos hábitos

en la lectura, la escritura, las actitudes de estudio, la forma de memorizar o de ejercitar en los temas de estudio y lo hacen con un mínimo de esfuerzo e interés, constancia y disciplina. Finalmente aumentan las habilidades latentes en el estudiantes.

La importancia de dichos cursos radica en la solución a los problemas que afectan el desempeño académico del universitario. Por ello, Dirección Académica promueve brindando una formación cada vez más integral para el estudiante de la UPSA. El aporte del Departamento de Asesoría y Bienestar Estudiantil, es vital.

La utilidad de dichos cursos es directa, de las cuales destacamos la motivación para realizar nuevos aprendizajes, la mejor lectura de periódicos, revistas, libros y enciclopedias. El gusto por aprender. El tiempo reducido para el estudio. La comprensión y el análisis de los temas es mayor. Finalmente su facilidad y accesibilidad para estudiantes, profesionales, ejecutivos o trabajadores.

Programa: **MAESTRIA EN COMUNICACION ORGANIZACIONAL**

La Facultad de Comunicación y Humanidades de la UPSA propuso a la Dirección de Investigación y Postgrado el programa de Maestría en Comunicación Organizacional, el cual fue aprobado por la Ministerio de Educación y se inició el 9 de marzo del 2000.

El programa consta de tres semestre presenciales y uno de investigación. Sus contenidos programáticos hacen énfasis en la cultura corporativa, la imagen, la planeación y la consultoría.

Los participantes que están concluyendo el primer semestre, han manifestado su satisfacción con los docentes y los contenidos desarrollados.