

La redefinición constante del diseño gráfico

Por Federico Lábaque

¿Qué cambios ha sufrido nuestra profesión en estos últimos 20 años? Aquí se plantean los mismos.



Si algo caracteriza a la Argentina son las crisis cíclicas vividas por una nación que se ha debatido entre modelos neoliberales y otros proteccionistas; y en medio de estos ciclos el profesional del diseño ha tenido que adaptarse para hacer de su profesión un medio de vida.

¡Hola siglo, hola crisis!

A comienzos del nuevo siglo, una gran crisis socioeconómica azotaba a mi país. El diseño gráfico, siempre en comunicación con la sociedad, invitaba a promover otro tipo de valores en un país que había sido seducido por políticas neoliberales durante los 10 años previos.

Cuando comencé a estudiar Diseño Gráfico a fines de los años 90, con las privatizaciones de grandes empresas estatales me imaginaba graduado y trabajando en una organización de renombre, de esas cuyos logos rediseñados veíamos en la tele. Sin embargo, al recibirme, la situación socioeconómica era otra y eso me invitaba a reevaluar mis expectativas iniciales.

Corría el año 2004 y ya me estaba graduando. No fue fácil ser un flamante diseñador gráfico en aquella Argentina decepcionada e invadida de incertidumbre; pero si algo nos caracteriza tanto a diseñadores como a docentes, son las ganas de construir o reconstruir sobre una hoja en blanco, cual tierra arrasada o en medio del caos. Era un momento para pensar en las pequeñas y medianas empresas antes que en las grandes multinacionales; un momento para comunicarse con ONGs, para ayudar desde el diseño y desde el corazón más que nunca; banderas que ya habían sido levantadas desde la Bauhaus y por momentos habíamos olvidado.

La misma sociedad argentina, que en los años 90 desconocía nuestra profesión, entrado el año 2000 ya estaba al tanto de la existencia del diseño, pero también saludaba a los nuevos pobres, descubría diariamente nuevas empresas quebradas y veía cómo gran parte de sus jóvenes profesionales elegían otros países para crecer. En un momento de oscuridad encontré en el diseño gráfico una herramienta para dar un poco más de luz al entorno.

Vivir en el cambio constante

Cuando uno egresa de la universidad se da cuenta de que el conocimiento debe actualizarse constantemente: en diseño estamos condenados a tener los ojos y la mente bien abiertos. Hubo una serie de transformaciones de todo tipo en estos últimos 20 años que cambiaron por completo la forma de entender, de concebir y de hacer diseño para la comunicación. Algunos de estos son:

- **La comunicación, sus soportes y sus medios:** pasamos de pensar al diseño desde pocos medios fácilmente medibles e imprimibles a casi infinitos formatos y audiencias mucho más segmentadas y complejas. Quienes hace 20 años que ejercemos pasamos de ser consumidores de televisión a productores de contenidos digitales; sin sospechar al momento de nuestra elección vocacional que el medio digital sería aquel que capte la mayoría de nuestra producción.
- **Todos somos receptores y productores de sentido:** en estos últimos años abandonamos la idea de un receptor pasivo para entender que todo receptor pasa a ser un prosumidor: una persona que, casi a la par nuestra, resignifica un mensaje para transformarlo en otros. Hoy todos podemos generar cambios en la opinión pública a través del manejo inteligente de las redes sociales.
- **Nuestro público es hoy usuario:** así como en los 90 diseñadores gráficos y

programadores discutían para ver quién llevaba las riendas en el diseño de una página web; hoy hemos resuelto esos conflictos y nos encontramos en la generación de interfaces para aplicaciones, que demandan ponerse en el lugar del usuario. Nos vemos obligados a dejar de pensar en el receptor como cliente de nuestro comitente. Basándonos en postulados marketineros, hoy nuestro público es principalmente usuario de interfaces visuales y el diseño debe girar en torno a sus expectativas y conocimientos.

- **Apertura:** somos docentes pero también somos quienes más aprendemos. En la actualidad un profesor de diseño gráfico debe saber qué medios se consumen, quiénes lo consumen, qué es lo que la sociedad le demanda al diseño y sobre todo: saber qué necesitará un alumno recién ingresado a la carrera para comprender la importancia de nuestra profesión y encontrar los caminos para insertarse en el medio.

Bienvenidos:

El diseño gráfico o diseño de comunicación visual es una profesión apasionante. Son muchos cambios los que ha vivido y los que seguirá atravesando. Nadie ha podido vaticinar los nuevos desafíos y el importante rol que hoy tenemos en la sociedad. Seguramente estas características de adaptación y redefinición constantes en las vetas tecnológicas, académicas, laborales, mediáticas y comunicacionales son las que la tornan apasionante.

Publicado el 26/05/2020



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/la-redefinicion-constante-del-diseno-grafico>

