

Se debate sobre el valor del diseñador

Si el diseño es una profesión que está devaluada o no, y cuáles son las causas de esto, fue el tema central de la conferencia que el argentino Fernando Del Vecchio dictó el pasado lunes en el Auditorio de la Universidad Santa María.

El comentario general de los diseñadores es que los clientes no valoran su trabajo, lo que se traduce como que la profesión está devaluada, explicó Del Vecchio. Esto se replica en América Latina más que en Estados Unidos o Europa, donde el mercado conoce mucho más sobre las necesidades de la comunicación visual para transmitir un mensaje.

El conferenciante, quien se ha especializado en el manejo de empresas de diseño, se encuentra desarrollando su tesis doctoral para explicar cómo funcionan estas y por qué generalmente se estancan o se cierran. En principio, comenta, los diseñadores no suelen hablar de empresa sino de estudio, y tienden a rechazar las actividades administrativas en el ejercicio de su profesión.

Los diseñadores tienden a esperar a que los clientes los busquen, en lugar de salir ellos a buscarlos. La comunicación además suele ser informal. Por ejemplo, a través del msn responden a una solicitud de presupuesto. Pero hay otros que ante esa misma solicitud responden formalmente, concertando una reunión y desarrollando una propuesta que puede ir mucho más allá de lo que el cliente pidió al principio.

Esta gestión es lo que determina en el cliente si hay o no seriedad en el trabajo y, recalca Del Vecchio, es lo que va a otorgarle mayor valor.

De acuerdo a estudios que Del Vecchio ha realizado en varios países de América Latina, se detectan algunos puntos en común: el número de estudiantes de diseño ha crecido más que en otras profesiones; los diseñadores trabajan más en áreas afines a su profesión, lo que él traduce como poca capacidad de adaptabilidad; tienden a agremiarse únicamente entre diseñadores y no suelen vincularse con actividades relacionadas a la administración, la gestión y la innovación.

Para Del Vecchio, en esta profesión ocurre un fenómeno al que se le llama "yo soy mi puesto", ya que el diseñador tiende a definir su identidad a partir de su profesión. Esto se traduce en la práctica a que este profesional se limita a hacer tareas vinculadas únicamente a su carrera y justifica su desconocimiento de otras áreas con el hecho de que es diseñador.