

Diseñadores artistas vs. ejecutivos

Por Mario Balcázar

La reivindicación de un grupo que muchas veces es marginado por tener habilidades diferentes a las que se esperan de un buen diseñador.

Bien sabemos que el diseño entra en la clasificación de profesiones creativas. Ello implica que esperamos que un diseñador sea un profesionalista 24x7. Cuando sale del trabajo sigue siendo diseñador: debe andar en la calle y analizar los espectaculares y letreros de los negocios. Estar en un expendio de revistas y tocar todos los impresos que encuentra para sentir la textura del papel. Pensar en el logo a diseñar mientras se baña y bocetar en las juntas de ventas de la compañía.

Mientras tanto hemos hablado y discutido con propios y extraños el hecho de que no somos artistas, que el diseño es un negocio redituable, como queriendo negar que su origen está en el arte mismo y que existen un sinnúmero de conexiones, para ser reconocidos más bien como ejecutivos capaces de hacer que una compañía se comunique más eficientemente con sus públicos, que los textos sean más legibles y los colores nos depierten el apetito.

La pregunta es si realmente un diseñador puede transitar en ambos mundos al mismo tiempo. Usualmente no somos tomados en serio dentro de las empresas porque usamos computadoras diferentes, nunca vestimos como el resto y nuestro trabajo parece ser demasiado divertido. Nunca nos invitan a las reuniones de ventas o a la toma de decisiones, pero autorizamos pruebas de color y hacemos maravillas con Photoshop.

Como si fuera uno de los nuevos clichés de los diseñadores, parecemos estar orgullosos de que un diseñador no sabe cobrar y no le interesa asistir a reuniones con personas que visten traje. Pero parte de la evolución y establecimiento de esta profesión comienza a hacer cada vez más ruido en el ambiente. Vemos empresas fundadas y dirigidas por diseñadores (especialmente digitales), como *Airbnb*, *Vimeo*, *Flickr* o *Pinterest*. Los directores de arte y creativos empiezan poco a poco a tomar sus empleos más enfocados a los negocios, especialmente en las agencias, donde el dinero necesita fluir de forma eficiente, sin importar quién lo administre.

Aún así, se me antoja muy reducido el universo de quienes pueden dominar el mundo creativo y el administrativo. Para ilustrarlo quisiera poner un par de ejemplos: como sinodal en un proyecto final de la carrera de diseño, un alumno de último semestre se para frente a la audiencia y da una excelente exposición de un pésimo proyecto. La maestra junto a mí, me menciona sobre lo difícil que fue trabajar con ese alumno, que quizá equivocó de carrera y debió haber estudiado administración. Otro alumno también expone, es mucho más creativo y hábil y logra desarrollar un proyecto de primer nivel, pero su exposición no es tan buena, se traba con las preguntas difíciles y el sudor en la frente lo pone aún más nervioso. Aún así,

goza de la simpatía de la mayoría porque su creatividad y nivel de ejecución son impecables. «Será un gran diseñador», afirman todos.

Y es que desde la universidad nos dedicamos mucho más a cultivar las habilidades artísticas de los estudiantes, a criticarlos duramente si su nivel no es el óptimo, y con quienes no dan el ancho, hasta los invitamos a buscar otra carrera alternativa que vaya de acuerdo a sus habilidades. Quizá no nos damos cuenta tan fácilmente que el mercado puede necesitar a ambos: un diseñador creativo y un diseñador hábil en la administración y ventas.

En otras ocasiones he criticado a aquellos diseñadores que solo buscan su desarrollo creativo y técnico, y dejan de lado la parte «sucia» y poco popular de su administración. Aunque ya hay algunos, como también lo he mencionado, que han logrado fundar y dirigir empresas, la verdad es que aún son pocos quienes comienzan un pequeño estudio y logran convertirlo en una agencia con todo lo que ello implica: talento creativo, técnico y una excelente administración de recursos.

Aún buscamos agentes de ventas, de administración, cuentas y tráfico en otras áreas diferentes como mercadotecnia, administración o contaduría, pero qué mejor para un puesto de un ejecutivo de cuentas que un diseñador: alguien que pudo desarrollar áreas afines que no implican un dominio tan virtuoso del diseño, que conoce perfectamente cuando le piden un archivo en CMYK o en *layers* y sabe perfectamente de qué se está hablando. Qué mejor que un gerente de cuentas que entiende perfectamente el proceso de diseño y su producción.

Cuando contratamos a algún agente de ventas normalmente hay que capacitarlo y adentrarlo en el mundo del diseño, cuando podríamos hacer lo opuesto: contratar a un diseñador y capacitarlo en las áreas técnicas que requiere. Se reduce considerablemente el desperdicio de buscar diseñadores creativos para que trabajen lejos de las Macs, atendiendo a clientes y haciendo presupuestos. Si logramos ver esto quizá también logremos colocar a más colegas en el mundo laboral.

Muchas veces creemos que los diseñadores deben tener una inclinación pronunciada por su parte artística, pero quizá hay terreno para quienes usan su parte de raciocinio formal y deben ser tomados en cuenta igual, eliminando prejuicios por entrar a la generalidad esperada de sus profesionistas, cuando pueden aportar igual o mejor en el área correcta, que no necesariamente siempre es la creativa.

Publicado el 21/04/2014



ISSN 1851-5606
<https://foroalfa.org/articulos/disenadores-artistas-vs-ejecutivos>

