

Emprendedores en las escuelas de diseño

Por Samuel Villazana

Nuestros alumnos parten al campo queriendo hacer de las palabras ilusiones visuales, luchando entre arte y trabajo, haciendo un dilema entre costos, entregas, proyectos y negocios.

En la formación de estudiantes, concebimos profesionales cada vez más cercanos a la investigación de cada proceso gráfico, queremos hacer de ellos expositores de emblemas y símbolos de una manera romántica, que a su vez empleen con habilidad la utilización y ejecución del «software de moda», que dediquen una determinada cantidad de meses a una investigación para demostrar que se toma en serio el proyecto para el cual han sido contratados, y, como si esto fuese poco, hace falta además el desarrollo de destrezas nada convencionales en los futuros especialistas de diseño como el dominio de costos y presupuestos como valor agregado para ofrecer servicios bien cotizados que garanticen el sostenimiento de su empresa.

El quehacer diario de nuestra profesión trae consigo el reto de hacer frente a toda esta serie de desafíos y muchos obstáculos más que se presentan en la vida de los emprendedores de negocios de diseño, al punto tal de que muchos se ven en el dilema de: colgar el título en la pared o sentarse a la mesa de trabajo y poner sus planes en marcha; esto sucede porque en la aulas queremos formar diseñadores académicos y no diseñadores de oficio, en las escuelas olvidamos la parte comercial de la carrera de los negocios, sí negocios.

Vivimos de hacer que las personas vean lo que queremos plasmar y utilicen a comodidad lo que antes parecía inútil e incómodo y eso es una gran satisfacción. Pero nos cuesta entender la dinámica empresarial, el «imprimir en la mente de los diseñadores» que el proceso de adaptación a las gestiones que se verán obligados a desarrollar, llevará implícita la necesidad de superar la mentalidad puramente creativa, para incorporar competencias de gerencia como costos, presupuestos, cotizaciones y la eficiencia en el uso de los recursos, todos ellos requisitos tan indispensables como lo es el diseño con un acabado perfecto.

Los negocios son parte primordial en esta profesión que se convierte cada vez más en una carrera académica que lanza profesionales a la aventura empresarial, luchando entre el arte y el oficio, entre cuánto es lo mínimo y lo justo, sin definir el modelo de negocios de esta disciplina.

Todavía, en muchos casos, el diseño se cotiza como arte, y nos enorgullece decir que nuestro logo estuvo «en» o salió «en» y luego arrepentirnos de no haberlo cotizado como era debido, nos agobia tener una tabulación de precios, porque «mi genialidad no puede tener el mismo «precio» que la de otro», lo cual, en la mayoría de nuestros países hace casi imposible definir una escala de costos y salarios, a pesar de tener títulos de licenciados y técnicos, de defender

tesis y proyectos como cualquier carrera universitaria. Es difícil todavía hacerles ver a nuestros alumnos que además de salir las chispas de la creatividad, esto es un negocio.

Publicado el 29/08/2013

Este artículo es un resumen de conferencia dictada en el Congreso de Enseñanza, Universidad de Palermo, Buenos Aires.



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/emprendedores-en-las-escuelas-de-diseno>

