

Diseño: realidad y emoción

por Mariluz Soto

El área de diseño de la Fundación de la Comunicología de Chile, en el segundo semestre del 2010, realizó una encuesta para explorar la realidad laboral de los diseñadores. La encuesta se realizó a través de redes sociales como *Twitter*, *Facebook* y *Blogs*. Todo a través de medios gratuitos y con la colaboración en difusión de diseñadores entusiastas, amigos diseñadores y medios relacionados con el diseño como la Revista Oblongo Magazine, El Diario Diseño, Colegio de Diseñadores de Chile, entre otros.

El objetivo de la encuesta fue recopilar información e investigar sobre cómo se configuran y cómo las experiencias determinan, modelan y predisponen el “estar” de los profesionales, las preguntas apuntaban a dar cuenta de los aprendizajes experimentados en la inserción laboral y la relación con las expectativas creadas.

Los resultados corresponden a 230 diseñadores de todo Chile. La estructura de la encuesta contiene preguntas abiertas y cerradas, las primeras orientadas a conocer con mayor detalle las experiencias y emociones de los encuestados y las segundas a precisar cifras e información específica.

Panorama en cifras y porcentajes

En cuanto a ingreso mensual, los promedios mayores está en el rango entre \$401.000 a \$600.000 (23,4%), entre \$250.000 a \$400.000 (19,1%) y entre \$120.000 a \$249.000 (15,6%), en la mayoría su situación contractual es a honorarios. Las cifras entregan un primer acercamiento sobre la economía de los profesionales, y en cuanto a sus lugares de trabajo y cargos en los que se desenvuelven

los resultados nos indican que el 23% de los encuestados se encuentra trabajando de manera *freelance* o independiente señalando en la pregunta sobre “las debilidades del diseño” como principal respuesta la poca valoración de la profesión y la falta de preparación para el ámbito empresarial.

En generaciones de recién egresados es posible observar la relación entre las expectativas y la frustración. El imaginario colectivo construye un panorama observable desde las fortalezas manifestadas, y la frustración se puede deducir desde las debilidades expresadas.

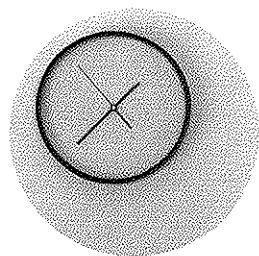
En relación a las fortalezas y debilidades del diseñador. Un 90% destacó como fortaleza la creatividad, flexibilidad y adaptación a los distintos escenarios asociada a la capacidad de realizar tareas complementarias y disociadas de la profesión.

La autopercepción de las fortalezas fue recurrente, en la mayoría de los casos, la vocación y amor a lo que hacen diariamente. Diferente es el caso de las debilidades en las que las respuestas apuntan directamente a las malas experiencias vividas. Como resumen obtenemos que las debilidades personales y colectivas es la baja autovaloración y confianza, carencia en la comunicación con el cliente/usuario/empleador, debilidades en cómo comunicar o defender una idea, subjetividad que dificulta el entendimiento estándar o global y limitaciones creativas debido a las exigencias del cliente/usuario/empleador.

Una observación sobre la relación de las respuestas entregadas en las debilidades la autopercepción de los encuestados es de poca valoración de su trabajo versus las fortalezas que es el valor agregado que entregan mediante el diseño a las empresas. En las debilidades se manifiesta en un 75% la poca o nada valoración, pero al preguntar directamente en la sección de preguntas cerradas sólo un 38% lo señala como su opción. Los encuestados no se definen como felices sólo un 26% señaló esta respuesta, más bien señalaron que su constante es con muchos desafíos con un 63% y opciones de desarrollo con 40%. Predominando la actitud de confianza en el futuro.

Panorama de desafíos

Cómo conclusiones generales, los encuestados manifiestan una autopercepción dividida: por un lado disfruta y se entusiasma con cada proyecto sin temer a los desafíos; por otro lado, poca valoración



del entorno hacia la profesión y en directa relación con el pago percibido. ¿Será posible encontrar alguna solución para que las expectativas de diseñadores estén acorde al mercado actual? ¿Quiénes son los responsables de las expectativas creadas y frustradas? ¿Se están generando acciones para detonar el cambio?

Parece interesante que posterior a explorar la percepción de los diseñadores, se pueda entrevistar a los empleadores, clientes, equipo de trabajo para saber ¿cuál es su percepción como contraparte? Mientras exploramos esta nueva comunidad, cada diseñador puede crear sus propias conclusiones desde su propia experiencia y la de sus cercanos.

Como diseñadora puedo acotar, en base a mi trayectoria que lo que hacemos con nuestras experiencias, la capacidad de observarnos y mantenernos en mejora continua, es determinante para transformar nuestro presente y futuro.

Radiografía a los diseñadores: comunidad e identidad

Los diseñadores, sin diferenciar el ámbito específico de desarrollo, somos profesionales que generamos estrategias visuales, solucionamos principalmente el fondo a través de formas. Las formas no se sustentan sin un previo diagnóstico que nos indica cómo abordar la complejidad y magnitud del encargo. El fondo es lo que apasiona, motiva y permite el *fluir* de las ideas que serán las que potenciarán un concepto, solucionarán y darán la forma.

En la etapa instructiva los diseñadores desarrollan diversas habilidades inconscientes de observación del mundo, de su propio mundo y en los que transita. Esta inconsciencia al no pasar al estado de conciencia se traduce en un débil manejo y desconocimiento de la secuencia de acciones que concluye en las creaciones.

Diseñar propuestas debe ser el resultado de un proceso creativo, mucho más complejo e integral que dibujar, bocetear, mirar en internet o generar productos; asumirlo desde esta perspectiva es un valioso activo estratégico que fortalece y potencia la identidad del diseñador. Este es un factor significativo del agotamiento y distanciamiento de la comunidad de diseño.

Adquirir conciencia

El desarrollo de una metodología para los procesos y planteamientos de nuestro hacer es un camino necesario para mejorar la creación de piezas gráficas, productos, vestuarios, digitales, multimedia, estos son consecuencia de un *know how*, una serie de conductas aprendidas en la historia y experiencia. Explicitar el conocimiento,



desarrollo y realización es necesario para evidenciar y valorar el “diseñar”, de lo contrario la participación en proyectos se transforma en arte e inspiración profesional “arbitraria” provocando el alejamiento con los científicos, médicos o ingenieros. La falta de rigor desvaloriza al profesional frente a otras disciplinas.

La capacidad creativa se modela, en las escuelas de diseño nos entregan las primeras herramientas para el desarrollo de un pensamiento creativo y activo. Pensar en el proceso, en los referentes y en las acciones. Asociar las herramientas tecnológicas que ayudarán en el proyecto, cuál es la conceptualización, a quiénes nos dirigimos y lo más importante qué es lo que queremos comunicar. Estas asociaciones adquiridas permiten que los profesionales del diseño desarrollen la capacidad y habilidad para llegar a ser lo que desean.

En un primer momento somos parte de la comunidad de diseñadores —como muchas otras carreras— por el sólo hecho de formarnos en la universidad. Pero la pregunta es qué es lo que nos mantiene en ella, cómo contribuimos a su desarrollo desde nuestro trabajo. El desafío es pertenecer activamente, con un pensamiento reflexivo, con la conciencia de que somos responsables de la calidad visual de nuestra comuna, ciudad, región, país y de lo que Chile proyecta al mundo.

Una comunidad de diseñadores debe ser una constante generadora de ideas, creativa y con capacidad de mirar mucho más allá de los horizontes convencionales. Los diseñadores son los responsables de formar una comunidad que los acoja y refleje en su intensidad de pensamientos y profundidad conceptual. Una comunidad se determina por quienes la habitan. Los seres humanos aprendemos de la interacción con otros, necesitamos estar en contacto y en movimiento. Debemos participar, opinar y “estar” para construir y configurar la comunidad a la que queremos pertenecer.

Autopercepción y proyección

Tener claro cuál es el estado actual nos permite vislumbrar algunos datos que son relevantes en cuanto a los factores que influyen en nuestro estar, hace poco un estudio de futuro laboral reveló que diseño es de las 10 carreras peores pagadas en Chile, un indicador preocupante que en lugar de movilizarlos, contribuye a degradar el hacer y la emoción del diseñador, mantiene las pautas económicas y nos dificulta ver más allá.

En la encuesta realizada hace pocas semanas con la colaboración de la Fundación de la Comunicología, la investigación y la información solicitada iba más allá de los números: tener un panorama

sobre el sentimiento-diseñador es tan revelador como su estado económico. Los parámetros de medición económica puede mejorar con el fortalecimiento de la autovaloración. Acercarnos, conocernos y reconocernos es el paso inicial para comenzar a construir.

Los diseñadores están conscientes de su potencial creativo, su autopercepción es de mayor flexibilidad y adaptación que otros profesionales, valoran la capacidad de ajustarse a escenarios cambiantes e inseguros. Reconocen que su trabajo es importante dentro de las organizaciones en las que trabajan o para sus clientes.

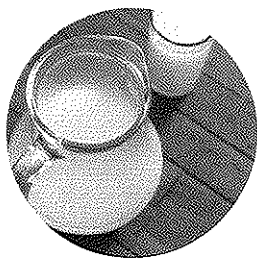
Las debilidades apuntan a la inseguridad, la poca valoración del entorno y la falta de rigor. Muchas carencias en el manejo de su propia imagen y de autogestión. Un gran distanciamiento en lo que se piensa y hace: el valor agregado del trabajo del diseñador es visible pero no saber gestionar su propia imagen mantiene aquel valor oculto de los ojos del cliente o el empleador.

Destacar como fortaleza y oportunidad, el interés por mantenerse actualizado, desde la vinculación en redes sociales orientadas al diseño, la participación en diferentes sitios o portales y revistas. La mayoría de los encuestados manifiesta poseer espíritu de auto superación e interés por adquirir más conocimientos a través de especializaciones o nuevas herramientas que les entreguen un movimiento diferente dentro de la comunidad.

Identidades y comunidad

Como se ha explicado, la identidad de los diseñadores tiene muchos aspectos prometedores y constructivos; identificar y tener claras las debilidades, es un paso importante para comenzar a proponer soluciones. La comunidad de diseñadores está en rediseño, debemos mirar nuestra comunidad nacional y mirar otras, ¿qué está pasando más allá de nuestra geografía?

En la trienal de diseño de Nueva York se distinguieron ocho puntos importantes que de alguna manera orientan el diseño de nuestro tiempo: energía, movilidad, comunidad, materiales, prosperidad, salud, comunicación y simplicidad. Todos con un fuerte énfasis en las personas y a la vida en comunidad, como hacerla más saludable corporal y espiritualmente. Por otro lado, en el encuentro internacional *Design Management Institute* (DMI), que se realizó el 2010 en Londres, el fortalecimiento del diseñador desde la gestión, la educación y la investigación fue el tema principal. Estas dos visiones de la preocupación del diseñador hacia fuera y hacia dentro, es lo que nos entrega una visión de colaboración permanente hacia la humanidad.



Estas señales de otras comunidades de diseño son importantes. Nos entregan ideas de visión y proyecciones, de las necesidades de actualización. Los diseñadores tenemos que adaptarnos a escenarios cambiantes y mantener la flexibilidad de aprender nuevas formas para entregar calidad.

La mayoría de los diseñadores tenemos autopercepción y autovaloración comunes, al mismo tiempo que nos sentimos con muchos desafíos y oportunidades, nos da temor el cambio, pero no por falta de capacidades, sino porque no contamos con un respaldo o seguridad para situarnos en el mundo y hacer valer nuestros conocimientos y experiencias como procesos valiosos y sustanciales.

Dejo aquí la invitación: a seguir creciendo, a hacer comunidad y a participar en ella. Propongo mantenernos en constante autoanálisis y hacer explícitos nuestros procesos creativos, propongo trabajar en conjunto y compartir, dejar el celo y envidias para construir. Propongo ir más allá de las formas para preocuparnos del fondo, y asumir que somos responsables de la calidad actual de diseño. Si no proponemos y actuamos no podemos cambiar.