

## FITXES ©

Reflexions per a professionals dissenyadors i creatius que dirigeixen estudis consolidats.

### INTRODUCCIÓ

Quan les fitxes comencen a caure.

Per Fernando Del Vecchio.

Març 2010

Traducció al català: Marta García.

Febrer 2011

### Fitxes per caure

Havent treballat amb professionals dissenyadors i creatius que treballen de forma independent, que inicien els seus propis estudis i que dirigeixen estudis consolidats, m'he adonat que, en algun punt, tots ells comprenen que **el talent no és suficient**<sup>1</sup> per assolir els resultats i els objectius que s'havien plantejat aconseguir professionalment.

En argentina, a això se l'anomena coloquialmente com "li va caure la fitxa".

Que "et caigui la fitxa" vol dir que et vas adonar, que finalment vas comprendre una cosa que abans no comprenia, que no sabies, o que no podies veure, perquè no estaves en posició de veure-ho, comprendre-ho, o saber-ho. Per això és que el procés d'assessorament en què m'involucro amb els meus clients és un procés de conversa, perquè en aquest procés de conversa, en algun moment "els cau la fitxa".

Sí, jo explico - per exemple - la importància de la planificació i de la utilització d'eines de gestió, però no tots estan en posició de comprendre per a què serveixen realment aquestes eines, o en quines ocasions s'utilitzen. No estan en condicions de que "els caigui la fitxa".

L'interessant és que, en algun moment, i en general bastant aviat, aquesta fitxa cau.

### Fitxes caient

La gestió d'estudis consolidats i empreses creatives és molt diferent de la gestió d'un estudi acabat de crear, completament diferent a treballar de forma independent.

En un estudi acabat de crear, les dificultats principals es relacionen amb el compromís dels socis amb el projecte, i amb la necessitat de mantenir un flux constant d'ingressos, amb la finalitat de la supervivència a curt termini.

En un estudi consolidat, el compromís dels socis ja no és tema de conversa (encara que no sempre es troba absolutament superat) i el flux d'ingressos és constant (és a dir, la supervivència de l'estudi o empresa no depèn d'aconseguir un nou compte o una nova comanda de clients), encara que "constant" no significa, necessàriament, que "és fàcil aconseguir noves comandes" o que els clients "venen sols".

En aquesta nova situació, la gestió pot ser una cosa que es porta a "**pilot automàtic**". Aquesta "cosa en pilot automàtic" és un conjunt de decisions que es prenen sense massa anàlisi; conformen un **conjunt de pràctiques** (habilitats) que s'han après d'alguna forma, i que han donat bons resultats fins a aquest moment.

És un error creure, però, que fent el mateix, quan les condicions han canviat, obtindrem resultats diferents. Es recorden de la cita atribuïda a Einstein?

---

<sup>1</sup> Perkins, S. (2006). *Talent is not enough: Business secrets for designers*. Berkeley: New Riders.

És per això que molts professionals dissenyadors i creatius a càrrec d'aquests estudis, se senten contrariats - enfadats, irritables, preocupats - quan veuen que, una i altra vegada, les accions que van donar resultat en el passat ja no aconsegueixen dur al seu estudi a un nivell superior d'ingressos o de rendibilitat.

Si la pregunta és: quines condicions van canviar?, la resposta és: "l'estudi", i "l'entorn".

Sent la definició d'estratègia "la manera de pensar la interacció entre l'organització i el seu entorn", un estudi diferent en un entorn diferent, porta a una interacció que necessàriament ha de ser diferent.

Per aconseguir aquesta nova interacció, primer hem de "**pensar**" en aquesta interacció. I això significa comprendre l'entorn, i comprendre l'estudi. Comprendre l'entorn, perquè el conjunt d'actors que el conforma percep a l'estudi en una forma diferent a com ho comprenia quan l'estudi va ser creat i estava donant els seus primers passos. I comprendre l'estudi com a ens, com a organització, ja que de vegades respon en forma diferent a les expectatives dels seus socis, propietaris o directors.

Aquests temes són els que anem a començar a tractar aquí.

Aquestes "**fitxes de reflexió**", permetran pensar en aquesta nova interacció, per desenvolupar les habilitats (noves capacitats) que ens permetin prendre les decisions adequades de la manera més adequada, per aconseguir el que desitgem aconseguir.

Així com els "**Diàlegs amb dissenyadors**"<sup>2</sup> exemplifiquen un procés d'assessorament en gestió per a dissenyadors que recentment inicien les seves activitats en un primer estudi de disseny, aquestes "Fitxes de reflexió" apunten a un grup diferent: professionals que dirigeixen estudis consolidats i empreses creatives amb desitjos de seguir evolucionant i progressant.

---

<sup>2</sup> "Diàlegs amb dissenyadors", disponible en <http://fdvmgm.com.ar/dialogos/>