

Las currículas académicas de las escuelas de diseño de muchas universidades latinoamericanas aún no han considerado de manera relevante la incorporación de la 'teoría de la complejidad' como proceso investigativo ni, la incorporación de aplicaciones tecnológicas como la 'Mecatrónica' materias fundamentales en el proceso de trabajo interdisciplinario y desarrollo de productos complejos de alta interactividad, quedando el ejercicio del diseñador en un plano de importancia menor al de otras disciplinas como sucedía años atrás.

El estudiante de diseño así como el diseñador profesional en la actualidad deben estar preparados para realizar trabajos interdisciplinarios y multidisciplinarios, que tienen como resultado la resolución de actividades mediante objetos de uso. Por este motivo la currícula de aprendizaje del diseño de productos debería considerar nuevas metodologías proyectuales que les permita asumir diversas demandas con variados tipos de usuarios y contextos culturales y expectativas funcionales.

En este trabajo se muestra entonces un proceso investigativo complejo, que permita al diseñador incorporarse en procesos de diseño no solamente creativo, estético sino proyectivo, comprometido con el usuario, con exigencias cada vez mayores en una cultura material altamente interactiva.

Por otro lado, propongo que el diseñador debe tener dentro de su formación, la visión de un ejercicio disciplinar en el cual se fortalezca en el manejo de necesidades masivas y apremiantes de la sociedad latinoamericana como; educación, salud, transporte, convivencia social, comunicación, tiempo libre etc. que contribuyan a fortalecer la calidad de vida y como efecto la productividad y desarrollo de la sociedad.

No es suficiente considerar el ecodiseño como una práctica de eficacia ingenieril dentro de los procesos y materiales que se incorporan a los productos. El ecodiseño desde la práctica y filosofía del diseñador debería promover en el usuario una cultura de uso racional de productos, más eficientes y longevos y, no simples mediadores de experiencias banales de bajísima temporalidad de uso y poca utilidad.

Esta conferencia fue dictada por **Alexander Pulido** (Creaxion Integral - Ecuador) el miércoles 30 de julio en el Tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

Formación de diseñadores en los tiempos globalizados

Marcelo Quezada Moncada

El presente artículo surge desde la reflexión respecto a los resultados de las estrategias pedagógicas aplicadas actualmente en la formación de los diseñadores universitarios en Chile, toda vez que resulta evidente el distanciamiento que existe entre el ámbito académico y la

realidad laboral a la que se enfrentan los egresados, los cuales en la mayoría de los casos, son incapaces de definir su rol y su ubicación en el proceso productivo. Respecto a los argumentos que explicarían esta situación, no se puede dejar fuera tres hechos fundamentales:

- La tecnología a cambiado
- Los actuales formadores fueron formados para un contexto económico y tecnológico ya obsoleto
- La actividad docente es ponderada en segundo o tercer lugar en las universidades.

Estos hechos son relevantes ya que si bien el diseño desde sus primeras manifestaciones ha girado en torno al hombre en su condición de usuario, el resultado ha estado siempre sujeto a la posibilidad de desarrollo y gestión tecnológica, haciendo que los modos de vida de cada época sean en definitiva, indicadores de lo que su tecnología fue capaz de producir.

Una aproximación a la tecnología desde la cultura permite visualizar cómo su desarrollo da lugar a complejas organizaciones en redes que se amplían progresivamente abriendo cada vez nuevas posibilidades de replantearse las expectativas y los modos de vida, valorando a estas alturas ya no tanto la disponibilidad (que se da como cosa cierta), sino el estándar del producto o servicio adquirido.

Visto de esta manera, la problemática es identificar, definir y desarrollar en los estudiantes las competencias y los dominios de los diseñadores para aportar calidad al entorno artificial del hombre y a la ampliación de la cobertura y mejoramiento de las condiciones de consumo dentro de la sociedad compleja. Tener claridad en la delimitación del campo de acción del diseño profesional particularmente en el mundo formativo es urgente, ya que cuando de cara al mundo globalizado se escuchan intervenciones que caracterizan el diseño como moda; como obra de la digitalización; o como el ejercicio de la gestión, sólo se consigue desperfilar la profesión, dejándola en una posición intermedia o de media tinta respecto a los artistas, los ingenieros y los administradores.

¿De que es necesario encargarse y que no está cubierto por otras disciplinas?

- De objetivar y resolver las instancias en que el hombre se relaciona a través de sus sentidos con el entorno.
- De ampliar y mejorar las maneras de satisfacer necesidades conforme a parámetros culturales.
- De humanizar la relación con el entorno manejando simultáneamente las significaciones y la tecnología disponible.
- De salvaguardar la pertinencia, la relevancia y la factibilidad de las intervenciones tecnológicas.

¿Y como se asume dicha responsabilidad?... innovando. Lo propio de los diseñadores es la innovación, luego, lo propio de su enseñanza es enseñar a innovar. Sin embargo, innovar no es una técnica sistematizable. La condición de innovador es expresión de una capacidad y como tal no es enseñable sino inducible en su desarrollo. Está fundada principalmente en una actitud frente al mundo extra académico y a una capacidad para reconocer contextos y manejar la información.

Cabe señalar que las presentes afirmaciones se planean sobre la premisa de considerar el Diseño como una pro-

fesión que contribuye a la plenitud del acto humano a través del equipamiento del entorno en que dicho acto se da. Y su ejercicio conlleva el interpretar y dar respuesta a la subjetividad de los demás, desde la propia subjetividad del diseñador.

La hipótesis este texto, es que la modalidad de un proceso formativo que otorgue competencia para asumir esta responsabilidad está sustentada sobre la base de cuatro triadas interdependientes que se estructuran de la siguiente manera:

Primera triada: libertad, imaginación y creatividad

La libertad

Actualmente, en la mayoría de las escuelas de diseño se enfatiza mucho acerca de la incorporación de infraestructura, acceso a tecnologías complejas, gran cantidad de información, etc. pero poco o nada se hace respecto a la libertad.

Algunos confunden la libertad con la posibilidad de hacer lo que deseen sin considerar al resto. Otros resumen el tema de la libertad a acciones rupturistas, contestatarios eternamente amarrados a sus contrincantes. Pero no es esa la libertad aquí referida, sino aquella que surge de la autenticidad, la que da lugar a la mística, la que está por sobre la contingencia.

La libertad, entendida como posibilidad de autodeterminación, ausencia de interferencia. Se trata de un estado personal exento de prejuicios. Aunque se reconoce que cualquier estado personal está influenciado por las condiciones contextuales, lo que se espera es que el estudiante supere la barrera que ha establecido para lo posible, y comience a moverse en el campo de lo imposible, de aquello que no sólo no es dominado, sino que ni siquiera es conocido y en el mejor de los casos se presenta solo como una posibilidad. Manejarse en las incertidumbres no implica la inexistencia de certezas. Las certezas se desprenden de lo conocido y mientras mayor el ámbito de lo conocido, mayor es la certeza de que lo incierto existe. Luego, tanto la actitud crítica y la reflexión son los primeros elementos liberadores que marcan la posibilidad de la no dependencia, condición primaria para ampliar los horizontes del conocimiento. Superar los límites de lo conocido requiere re-conocer, re-pensar y re-crear lo conocido ya que en definitiva, la libertad a la que se alude es la libertad de pensar que las cosas puedan ser de otra manera y no necesariamente se agotan en la manera como han sido hasta ahora

La imaginación

Según Francis Bacon, la imaginación es la facultad que se haya en la base de la poesía. Para Descartes, la imaginación produce imágenes conscientes a diferencia de la sensación cuyas imágenes no necesitan estar acompañadas de conciencia. La imaginación es en rigor una representación. La representación ordena las presentaciones. Sin la representación que hace la imaginación no sería posible el conocimiento.

En *De augmentis scientiarum*, Francis Bacon indicó que la memoria, la imaginación y la razón son las tres fa-

cultades del alma racional; mientras la memoria es la base de la historia, y la razón la base de la filosofía, la imaginación es la base de la poesía.

Descartes afirmó que hay que recurrir a todas las ayudas que pueden proporcionar el entendimiento: la imaginación, los sentidos y la memoria.

Según Kant la imaginación hace posible unificar la diversidad de lo dado en la intuición. Sin embargo no es posible intuir algo de lo que no se tiene conocimiento alguno. La intuición es una respuesta no elaborada (a diferencia de un discurso), basada en una primera asociación con alguna parte de lo que la memoria y el entendimiento han construido como base de datos para interpretar el mundo.

Por medio de la imaginación se da lugar a una síntesis que no da origen todavía al conocimiento, pero sin la cual el conocimiento no sería posible. Si lo primero en un diseñador es la generación de ideas (idea equivale etimológicamente a visión) es posible entender estas ideas como la visualización de situaciones nuevas que alimentadas desde la memoria han incurrido en la osadía de alterar la forma en que se relacionan sus componentes y esto es posible solo mediante la imaginación.

De poco serviría tener la inquietud de cambiar si no es posible visualizar a qué se quiere llegar. Situaciones como esta son las que se manifiestan en rupturas que muchas veces conscientes de un estado de inconveniencia, no alcanzan a configurar una propuesta quedando sólo en el ruido de la protesta.

Si bien la imaginación es una capacidad presente en todas las personas, en el caso de los diseñadores se trata de un recurso que debe ser valorado y sobre el cual es necesario desarrollar cierta disciplina para facilitar el paso de intuición a conocimiento

La creatividad

No se refiere aquí al concepto neoplatónico de la creación asociado a la emanación, ni tampoco se refiere al concepto hebreo-cristiano de creación desde la nada. Lo que aquí está referido es la creación humana asociada a la idea de la producción manejando los recursos que permitan la materialización de lo imaginado. Se entiende entonces la creación como una producción humana de algo, a partir de alguna realidad preexistente, pero de tal forma que lo producido no se halle necesariamente en tal realidad (RAE). Al basarse en esta definición, la creatividad es asociada íntimamente con la técnica, visualizada esta última como la parte más concreta del proceso productivo.

Esta primera triada se construye al considerar que:

- La libertad y la imaginación, constituyen una unidad indisoluble para la conversión de la intuición en modelos reconocibles.
- La creatividad es una cualidad propia de la reflexión y por tanto exclusivamente humana y desarrollable.
- El equipaje que cada diseñador tiene para enfrentar la travesía de la innovación, son su condición de no esclavo, su imaginación nutrida desde la memoria y su capacidad poética.

- La idea innovadora constituye una trasgresión respecto de lo establecido. Dicha trasgresión surge desde la irreverencia y la firmeza de dudar.

“La mayoría de las gentes creen que la ciencia es resultado de una investigación estrictamente objetiva y totalmente alejada de la imaginación; que su progreso es siempre resultado de la aplicación rigurosa de un procedimiento, de un conjunto de leyes en el que cada paso es consecuencia lógica y razonada de lo que precede... la imaginación, lejos de ser una facultad innecesaria en la ciencia, es por el contrario, muy valiosa; cabe esperar más de un científico de imaginación viva que de un sabio profundamente abstraído en sus conocimientos” ... “Aprendamos a soñar, que quizás encontremos entonces la verdad” Kekule. Citado por Luís Postigo. 1995.

Segunda tríada: pertinencia, relevancia y factibilidad

Está relacionada ya no con la voluntad de proponer algo, sino con el valor de uso dentro de un contexto determinado. Entendiendo que la aplicación disciplinar se realiza sobre la base de la identificación de un problema, se debe asumir que si bien cada problema puede tener muchas soluciones, siempre habrá una óptima, la cual no necesariamente será la tecnológicamente más compleja, sino la que más sentido tenga dentro de la situación intervenida. La pertinencia no es una cuestión resultante que se establece al final del proceso, por el contrario está al comienzo contenido en el propósito de un proyecto e implica considerar todos los aspectos contextuales que condicionan la propuesta.

El segundo componente de la tríada: la relevancia; ésta no está asociada necesariamente a lo moderno, lo simple o lo complejo, sino al beneficio. Es entendible cómo la distancia que exista entre la cantidad de beneficio que otorga lo propuesto, respecto del beneficio que entrega la solución existente (asumiendo que todos los problemas ya tienen solución y lo que mueve a replantearse es la obsolescencia o inconveniencia de dicha manera de solucionar).

El tercer componente de la tríada es la factibilidad, ya que de nada sirve una idea brillante si resulta impracticable con los recursos disponibles, sean estos humanos, tecnológicos y/o financieros, lo cual o se resuelve pretendiendo conocer todos los procesos existentes, sino en la capacidad para acceder a la información y gestionar en el momento oportuno. Plantear esta diferenciación implica salir del diseño como “delineamiento de una figura”, (RAE), para extenderlo en la idea del estrategia que desborda la artesanía del cómo hacer, incorporando el qué y el por qué hacer, en estructura de pensamiento que permita manejar alternativas metodológicas según la escala de intervención, permitiendo precisar por adelantado el impacto real de la propuesta.

Tercera tríada: política, economía y tecnología

Esta tríada está referida a la extensión de los dominios del diseñador y su desempeño en los diferentes niveles de decisión. Comparecen aquí los principios filosóficos que llevan a la adscripción a modelos sociales, y la vo-

luntad política de negociar, entendiendo que el ámbito de la negociación puede abarcar tanto situaciones locales muy acotadas, como globales de alcance internacional. Aparece el carácter estratégico de la labor del diseñador inserto en los actuales contextos globalizados. Donde más importante que alguna destreza constructiva, es la capacidad de negociar, de acceder a la información y de compatibilizar los recursos disponibles. Esta afirmación se desprende de la concepción del diseñador como un profesional que trabaja desde la cultura generando modelos reproducibles industrialmente, en pos de la ampliación y el mejoramiento de las posibilidades de consumo; aportando de esta manera a una constante actualización de los estándares de vida según la tecnología disponible dentro de una sociedad compleja.

El diseñador profesional justifica su condición universitaria sólo si se perfila en su capacidad de manejar políticamente las variables que se derivan tanto desde el ámbito económico como del tecnológico, equilibrando debilidades y fortalezas, y aquilatando adecuadamente las amenazas y oportunidades.

El diseñador profesional actual, se desenvuelve dentro de un sistema de producción organizado globalmente, respondiendo a intereses no siempre declarados, apoyado fuertemente en las economías de escala y la segmentación de mercado y con fuerte influencia de los medios de comunicación en la cultura. Esta variedad de condiciones llevan a superar el diseño de los 'artistas', auto referente y elitista, o el diseño 'ingenieril' (porque para eso están los ingenieros), o, el diseño para la autarquía porque la globalización ya no lo permite, y obliga a desarrollar un nuevo método de trabajo.

Cuarta tríada: útil, entendible y agradable

Se refiere a las condiciones que debe cumplir cualquier propuesta de diseño.

Útil en el sentido que si es la solución a un problema, efectivamente sirve para algo.

Entendible porque las novedades pueden transformarse en enigmas si el discurso no tiene resonancia dentro del campo de entendimiento que establece la cultura.

Agradable por cuanto responde a los valores estéticos del usuario generando percepción de belleza y dignidad.

Cuando existe la posibilidad de elegir, el usuario elige lo que más le gusta. En el sentido de lo antes señalado, el diseñador es el intérprete de un usuario que progresivamente exige se le reconozca su condición emocional individual.

El buen funcionamiento de un sistema generalmente está asegurado desde otras disciplinas, básicamente desde la ingeniería, por tanto la materia de estudio para el diseño es la manera cómo el sistema es percibido por el usuario. El fenómeno de diseño que se da en el encuentro del usuario con el producto constituye básicamente una experiencia estética y es el resultado de esta experiencia lo que determina la preferencia. Una licuadora o una camisa no se eligen por su potencia o por su capacidad de abrigo, porque eso está definido en de los estándares o segmentos de precios. Se elige porque se entiende lo que es, cómo se usa, y porque se reconoce un beneficio estético.

El interés del usuario cuando tiene la posibilidad cierta de satisfacer sus necesidades se centra en la manera de satisfacerlas, esto ha devenido en una creciente valoración de los aspectos significativos y estéticos en los productos, al punto que la elección dentro de una banda de precios se genera en los aspectos perceptivos contenidos en la forma y no en la tecnología que por estar dentro de una banda de precios es básicamente la misma en todos los productos ofertados.

El aspecto pedagógico

La formación no debiera consistir en la instalación de esquemas preconcebidos en las mentes de los estudiantes sino en la entrega de elementos que para ellos aprender a construirlos, considerando la velocidad en que lo aprendido se traduce en capacidad de aplicación como una cuestión metodológica.

En este sentido, la primera prioridad formativa es el desarrollo de su capacidad para el análisis de contextos, lo cual implica manejar información de diferente tipo. Y frente a lo cual es necesario diferenciar muy claramente desde la docencia: que se traspasa como técnica, y qué es lo que se desarrolla como capacidad pensante. Esto no significa establecer calidades de pensamiento, sino marcar una diferencia entre pensar en la materialización del modelo y pensar en la concepción del modelo. Comparece aquí la existencia de un primer conocimiento, aquel que surge desde la gratuidad del bagaje y que se constituye en la base empírica de cada individuo. Un diseñador ordinario, sólo diseñará ordinarioses. Un diseñador que no tenga convicciones respecto de: el rol de la cultura en la definición de lo adecuado e inadecuado; el rol de la tecnología en la configuración de los modos de vida; el origen de las ideas que dan lugar a lo nuevo; la innovación y la conexión entre lo antiguo y lo nuevo; la necesidad de actualizar; el rol de la belleza o el trasfondo político de la economía global, sólo será seguidor de ideas ajenas y en esos términos siempre será mejor referirse al original.

El diseñador debe asumir que su trabajo está interviniendo culturalmente en una comunidad y en ello hay una responsabilidad. La historia del diseño no es la historia de las formas sino de los conceptos, son ellos los que determinan las nuevas condiciones de vida. El adecuado acoplamiento entre propuesta y cultura definirá incluso, si la cantidad y el tipo de beneficio responde o no al precio es necesario pagar, aspecto importante considerando que el diseñador se mueve por un carril que conecta la actividad económica con el bienestar social. El diseñador no construye las cosas sino que genera modelos reproducibles en fábricas o talleres. Si bien la factibilidad técnica es un aspecto importante de diseño, la primera responsabilidad del diseñador está en lograr las condiciones de aceptabilidad de producto.

Referencias bibliográficas

- Bonsiepe Gui. Diseño en la Periferia Ed. GG Del Objeto a la Interfase. Ed. Infinito. Buenos Aires. 1998
- Burdeck Bernhard. Historia, Teoría y Práctica del Diseño Industrial. Ed. GG

- Chiapponi Medardo. Cultura Social del Producto. Ed. infinito. Buenos Aires. 1999.
- García Canclini Nestor. Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. Ed Grijalbo. 1995.
- México Latinoamericanos buscando lugar en este siglo. Ed Paidós 2002. B.A.
- García Canclini Nestor, Moneta Carlos. Las industrias culturales en la integración latinoamericana, Editorial Universitaria de Buenos Aires, 1999.
- Moulian Tomás. El consumo me consume. LOM Ediciones. Santiago.
- Sakaiya Taichi. Historia del Futuro: La Sociedad del Conocimiento. Ed. Andrés Bello. Santiago de Chile, 1995.
- Sexe Nestor. Diseño.com. Ed. Paidós, Buenos Aires. 2001.
- Watzlawick Paul, Krieg Meter. El ojo del observador: contribuciones al constructivismo. Ed gedisa. 1997. Barcelona.
- Hosoe Isao. Ergonomía neomática: Del trabajo a la performance. Revista Experimenta N° 56. Editorial. Experimenta. Madrid, 2006.

Esta conferencia fue dictada por **Alexander Pulido** (Creaxion Integral - Ecuador) el miércoles 30 de julio en el Tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

La influencia de las artes marciales en el diseño de la estrategia corporativa

Natalia Vanesa Quiroga y Germán Von Foerster

Durante siglos, las artes marciales han producido cambios significativos y profundos en las personas y organizaciones que las practican alrededor de todo el mundo. El conocimiento de uno mismo, el control de las fuerzas propias y de las que nos rodean y el desarrollo de habilidades especiales de negociación pueden ser aplicadas en el ambiente corporativo como escenario de combate moderno, son los pilares en los que se sustenta el Programa de DO Martial Management.

Hoy, sus técnicas y filosofía son condensadas en este primer Seminario 'Martial Management: las Artes Marciales como filosofía de Negocios, resolución de conflictos y *team building*' para llevar a los ejecutivos y hombres de negocios, el conocimiento de base que esperamos, los inicie en largo camino de la superación personal.

La vida moderna impone reglas que muchas veces sospechamos no fueron hechas para seres humanos normales. Tanto dentro de la vida corporativa, la relacionada con los negocios y las obligaciones y responsabilidades cotidianas, que ponen a prueba el intelecto, las emociones y el cuerpo, condicionando nuestras capacidades competitivas, como en otros aspectos relacionados a la actividad escolar y laboral, nos encontramos frente a un desafío difícil de dilucidar: ¿cómo alcanzar todos los objetivos que se nos plantean sin perder en el camino el equilibrio físico y psíquico?