

\* Diseñador Industrial. Mg. en Diseño Industrial. Mg. en Semiótica. Universidad Anáhuac.

## El diseño, una herramienta de gestión para la empresa (a038)

Oscar Rivadeneira Herrera\*

Nuestro continente, cuya riqueza se encuentra en la diversidad de productos, se proyecta con una imagen poderosa hacia el resto del mundo, especialmente en el aspecto de exportación. Lo anterior no deja de ser una excelente noticia, sin embargo y a pesar del desarrollo creciente en materias de exportación, nuestra disciplina, el Diseño, aún está ausente en cuanto a la toma de decisiones productivas por parte de nuestras empresas e instituciones, si bien es cierto a mejorado la postura frente al diseño en los últimos años, aun se tiene la visión equivocada en cuanto al rol de la disciplina y que la asocian con el “maquillaje” o decoración de productos, sin embargo, la realidad de las empresas exitosas de los países desarrollados y algunas latinoamericanas, han asumido el diseño como el elemento que brinda el valor agregado a un determinado producto o servicio y cuya suma de todos aquellos elementos ha dado como resultado el concepto de calidad.

La industria que tiene la visión de proyectarse a un mundo exigente y competitivo, según las normas exigencia comercial, deben empezar por tener como principio el concepto de calidad y el concepto de imagen, este último se le conoce, como Diseño; ya se presagiaba la trascendencia de la disciplina, cuando en 1989 en la ciudad de Osaka - Japón se publica un artículo después de un congreso de la especialidad y en el que en parte del escrito se señala: “En la época actual consideramos el diseño como un fenómeno que debiera afectar cada aspecto de nuestra vida. Diseño es el símbolo de la civilización del siglo veinte y veintiuno...” sobre la base de esta reflexión entorno a la disciplina, se plantea la verdadera categoría que asume el diseño, no tan solo en el aspecto comercial, sino en el aspecto de la vida.

En nuestro días muchos de los productos exportados de aquellos países desarrollados, como Japón, se destacan por su calidad, su innovación y su diseño, la industria japonesa en la actualidad es potencia en tecnología y en la industria automotriz, el resultado de este crecimiento no se debe solo a la investigación y al compromiso profesional de la perfección en las industrias antes mencionadas, sino que además incorporan en su proceso productivo el lenguaje del diseño.

Los industriales japoneses han entendido que el manejo de los códigos por parte de las personas en esta nueva era han cambiado en relación a los del siglo pasado, tanto en el aspecto comunicacional, comercial y de servicio, no hay duda que hoy el primer impulso de compra se tiene a través de la imagen, tomamos una serie de decisiones y acciones significativas en nuestra vida a través del manejo de la imagen; por ejemplo: Estudiamos en instituciones por la imagen que esta proyecta en cuanto a su calidad de enseñanza y proyección, nos incorporamos a una institu-

ción financiera por la imagen, especialmente en el aspecto de la confianza y seguridad; la elección del colegio de nuestros hijos lo hacemos por la imagen que proyecta y aun que parezca algo extraño de señalarlo, hoy tenemos la posibilidad de escoger el lugar donde queremos que nuestros cuerpos sean sepultados a través de la imagen, entonces no se puede dejar de concluir que el concepto imagen, juega un rol importante en nuestras vidas.

Este fenómeno, que bien se puede considerar como *la revolución de la imagen*, ha tomado relevancia por una cultura que esta presente y que tiene sus fundamentos en la cantidad de información que se entrega en el mínimo tiempo, a partir de este hecho se afecta la toma de decisión, ya sea positiva o negativamente. Algunos pueden estar o no de acuerdo con la frase “una imagen vale más que mil palabras...” pero, lo que no cabe duda, es que a través de una imagen usted puede identificar forma, color, tamaño, textura, cada uno de ellos son códigos visuales rápidos de identificar, lo que se conoce como *impacto visual*.

Por ende, el diseñador tiene la facultad para poder manejar el concepto de la imagen, a través de la aplicación eficiente de todos aquellos elementos representativos y que juntos son el resultado de una propuesta de diseño, esta puede ser aplicada en los más diversos soportes y que puedan existir según la especialidad, es decir en la moda, la industria o las comunicaciones.

El manejo de los conocimientos de investigación conceptual, el desarrollo de la sensibilidad de la observación de su entorno, junto con el manejo de las herramientas tecnológicas, consolida al diseño como el nexo fundamental y de enlace perfecto entre el mercado y el producto.

Sobre esa base las escuelas de diseño tenemos la misión de proyectarnos con una mirada hacia las empresas de productos y servicios en búsqueda de una real consolidación de la disciplina dentro del proceso productivo-creativo de estas instituciones, parte de esta consolidación se puede lograr a través de que las escuelas forman diseñadores que manejen el lenguaje de la empresa y de servicios, es decir que no solo se considere el aspecto creativo, si no que además integren conceptos de gestión y administración, solo así estas instituciones podrán tener una mirada hacia el diseño, como una profesión que les puede brindar el apoyo integral del diseño que necesita un producto o servicio. Por lo tanto, el perfil del profesional en esta área debe ir transformándose cada vez más a un tipo de especialista en el manejo eficiente del diseño, consolidando el aspecto creativo en unidad estrecha con el aspecto de la gestión, esta unión puede garantizar que la propuesta que se presente va ser útil y que a la vez será la solución al problema planteado, según sea el caso.

La creatividad del diseñador por lo tanto no esta conectada con el aspecto artístico, entendiendo que el arte en su más profundo genero, no tiene por qué responder a una funcionalidad o solucionar un problema, ya que el arte en su esencia busca llegar al alma, a los sentimientos del hombre y por ende tiene un sitio de relevancia ganado en las diversas culturas a través del tiempo, sin embargo el diseño, sí tiene que tener un fin específico, es decir, nada se va a diseñar bajo la concepción de que no va ser útil por esencia.

El mundo debe de alguna manera comprender que el diseño y el arte tienen uniones que enriquecen el crecimiento de una, el diseño y la consolidación de la otra, el arte. El diseño se sirve de los aportes del arte en cuanto al uso de técnicas, tendencias, aplicación de texturas y color, es precisamente el arte el que a través del tiempo ha podido experimentar con elementos o conceptos que hoy los toma el diseño y los transforma en comunicación visual, con un mensaje claro y establecido, por lo tanto puedo pensar que el arte es una manifestación del ser humano que busca trasladar el alma a lo más maravilloso de la expresión plástica, sin embargo el diseño nace a partir de una necesidad de la eficiencia del mensaje a través de la imagen y el concepto.

Sin embargo y considerando lo anterior se debe de alguna manera cambiar la percepción del diseñador que tiene aun el mundo, la relación directa con el arte, bajo este perfil el diseñador puede ser considerado o no como una ayuda desde la perspectiva comunicacional, por lo tanto, las empresas cuya función es invertir de grandes capitales, los cuales se transforman en inversiones de alto riesgo, requieren por lo tanto profesionales que sean capaces de entregar las herramientas necesarias para enfrentar un mercado competitivo.

Si bien es cierto lo mencionado anteriormente tiene directa relación con la empresa, las instituciones de servicios, de salud, de transporte, de educación, de gobierno, entre otras, también corren con el mismo riesgo si en su gestión no cuentan con los profesionales adecuados para el logro de sus objetivos.

Los encargados de cambiar la imagen del diseñador, son las escuelas, estas deben generar a través del trabajo pedagógico un cambio en función de las nuevas necesidades sociales, la formación y consolidación de un profesión relevante para el siglo XXI, sin embargo y pesar de algunos esfuerzos, aun nos encontramos transitando entre el arte, la arquitectura, la computación y el marketing, es decir no existe una base real que pueda sostener y dar relevancia al diseño como tal, aún el diseñador tiene la mala percepción de que es "un ser extraño" frente a las demás disciplinas consolidadas. En términos prácticos y acogiendo lo señalado hace 17 años atrás, si pensamos que el diseño es una profesión que tienen el potencial para que se consolide como una de las disciplinas del S. XXI, con la fuerza y la capacidad de generar una revolución en el desarrollo de un país o un continente, entonces hay que tener la capacidad de generar el cambio pedagógico en la formación profesional del futuro diseñador.

La potencialidad que se puede manejar, desde el punto de vista de las comunicaciones a través del diseño gráfico, de la industria textil a través del diseño de vestuario, de la industria a través del diseño industrial o de equipamiento, de la computación por medio del diseño multimedia y del medio ambiente considerando el diseño de interiores y paisajismo, es inimaginable. Pero para lograr todo lo anterior, escuelas de diseño deben desarrollar criterios de formación con la tendencia sustentable del diseño según la necesidad local, no todos los países exportamos los mismo o tenemos las mismas culturas, por lo tanto la riqueza de este potencial esta inserto en el mismo país, sin necesidad

de exportar ideas o estar esperando por mucho tiempo que nos llegue una luz de creatividad.

Sinceramente pienso que nuestros pueblos originarios nos han dejado un legado interesante, no olvidemos que muchos de estos pueblos manejaban sus comunicaciones a través de símbolos lo que hoy se conocen como código, cada uno de estos símbolos contenían forma, color, textura y un significado claro en el mensaje, es precisamente en estos pueblos, muchos de ellos extintos en el que podemos encontrar quizás muchas respuestas al aspecto del diseño en los tiempos modernos, en otras palabras el sustento de nuestra disciplina puede estar fundada en nuestros antepasados, sin embargo esto depende directamente en que las escuelas de diseño despierten el interés de la búsqueda y la investigación en torno a esta necesidad.

No se puede construir futuro si no somos capaces de ver nuestro pasado, en nuestras raíces, puede ser que encontremos interesantes respuestas a lo que buscamos, pero para hacer lo antes mencionado se debe alimentar en nuestros alumnos y académicos, el ansia y la inquietud de la investigación, de ir más allá de lo general y proyectarse en función el diseño con una mirada desarrolladora. Todo lo antes expuesto, si se realiza con el compromiso que significa la dedicación, la investigación y el trabajo consolidado en función de las necesidades de la sociedad en la cual esta inserta la disciplina, se puede decir con fundamento que el diseño puede ser un aporte en el desarrollo de un país, ya que como disciplina es una de las más completas por que esta presente en cada una de las estructuras que conforman una sociedad.

\* Director de Carrera Diseño y Comunicaciones. Doctor en Ciencias Pedagógicas. INACAP, La Serena, Chile.

## La nueva malla curricular de la escuela de diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile (2010)

Alex Blanch\*

La Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile desarrolló en 2003 una nueva malla curricular orientada a formar a diseñadores capaces de integrarse en la plana gerencial de las empresas o bien formar sus propios emprendimientos.

Para ello, y en el contexto del Plan de Formación General de la universidad, desarrolló un modelo de formación que incorpora numerosos contenidos de las ciencias y la economía. Con ello se potencia el pensamiento sistémico, la capacidad de afrontar problemas complejos y la visión estratégica necesaria para colaborar con las empresas en el establecimiento de procedimientos para orientar de forma óptima las inversiones en diseño.

Pretendemos cubrir un déficit en la formación universitaria chilena, aportando al medio productivo a titulados afines a cursar postgrados en los campos de la economía y la administración de empresas, las ciencias sociales o la gestión del diseño, además de programas de diseño más tradicionales.