

La Cultura de Diseño, un circuito en permanente transformación

Edisson Viera ⁽¹⁾

Resumen: El estudio pretende identificar las principales líneas de conexión de la cultura de diseño en su relación con el sector industrial en el performance empresarial, como una herramienta competitiva, a través del valor agregado, y de esta manera construir límites en ecosistemas de producción, mediante encontrar respuesta a ¿Qué se hace? Y ¿Cómo se hace?

La reflexión se asienta en el debate sobre conceptualización del diseño local y su correlación con el producto, la economía, la producción, la sociedad, la economía, entre otros, y de esta manera crear un campo desde dónde mirar al diseño, por lo tanto, en este estudio, el impacto consiste en identificar límites coyunturales con los componentes tangibles e intangibles, en la cadena de valor y la crítica disgregante del mundo industrial.

A partir de estas líneas de conexión y reflexiones, el circuito cultural del diseño en transformación se construye en la codificación de límites efímeros y con tendencia difusa, dando como resultado, un campo de saber alrededor del diseño constitutivo de la empresa en un ambiente de competitividad y globalización.

Palabras clave: cultura de diseño - valor agregado - ecosistemas de producción - diseño local - componente tangible - componente intangible- cadena de valor - competitividad

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 139-140]

⁽¹⁾ **Edisson Viera.** Vicerrector Administrativo de la Universidad Técnica de Ambato. CEA-ACES Par Evaluador Proceso de Evaluación Universitario. Doctor en Diseño por la Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

Diplomado Superior en Teoría, Diseño y Evaluación Curricular por la Universidad Técnica de Ambato (U.T.A) Magíster en Administración de Empresas por la Universidad San Francisco de Quito e Ingeniero Mecánico por la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH)

1. Introducción

El mundo del diseño se ha propagado en un contexto económico-industrial que se transforma desde un tono capitalista hacia un circuito economía-producción-conocimiento-conservación, y pretende debatir en presente y futuro la sostenibilidad, espacio de transformación competitiva en el que interactúa el consumo de diseño, en tanto, se pueda hablar del diseño como un fenómeno global, además de un acto para predecir emprendimiento, un componente estratégico de la innovación, además de una disciplina académica en desarrollo, es decir, como un acto de fe, sin dejar de citar al diseño como un indicador cuantitativo y cualitativo formal e informal de la economía de una empresa, de una industria y de una sociedad.

La línea disursiva del presente trabajo, en principio, reflexiona en el debate de ciertas definiciones de diseño y su correccionalidad en los campos, productivo, académico, social, innovativo, económico y ecológico.

En principio, hay una corriente del debate que encasilla al diseño como una disciplina como eje del mecanismo productivo e interconecta la cultura de la vida cotidiana, la cultura tecnológica y la cultura económica. (Bonsiepe, 2011). El mismo autor reconoce la mutación del término diseño desde la mitad del siglo XX, caracterizado por ¿Cómo entender al Diseño? y propone los principios estratégicos de cada época en la caracterización de producir, racionalizar y estandarizar. Por otro lado, en la reflexión ¿Desde dónde mirar el diseño?, se organiza un campo con límites difusos y permeables, en el que se percibe al diseño como un complemento de la ingeniería o como un complemento de la gestión empresarial y el impacto desigual que ha tenido por medio de la tecnología en el entorno global.

2. La cultura de diseño en la industria

El diseño, *per se*, tiene un efecto global desde su cultura proyectual en el omnipotente mercado, instrumento social creado para enfrentar los problemas centro – periferia, y los entornos presente – futuro. En el mismo argumento, Jürgen Habermas incerta la interrogante ¿Sirve el diseño elaborado localmente para fortalecer la autonomía?, esta interrogante lleva el debate hacia un modelo con dos premisas. La primera premisa, nos lleva al campo del bienestar mediante un desarrollo de economías locales y la segunda premisa, inclina el futuro hacia un modelo menos intensivo en el consumo de recursos naturales, en la lógica de la nueva economía de “más rápido, mejor y más barato”, en este contexto el pensamiento de Bonsiepe es coyuntural con el pensamiento de Julier (2010), a partir de que el diseño no se preocupa por la relación del objeto con lo global, es decir, no es importante tomar en cuenta la importancia del impacto socio-económico, por tanto es necesario encontrar al diseño en la industria local, a través de un modelo innovador que detecte indicadores formales o informales en el desarrollo de economía y de producción local.

Por tanto, se propone encontrar el diseño en los sectores de producción entrelazando las consideraciones teórico –conceptuales y las pragmático– empíricas en cadenas de valor industriales con base en la transición histórica y la creación de sectores geográficos con diferentes características productivas, sociales, económicas y tecnológicas. Los sistemas

productivos de esta manera descubren: la genética de su materialidad, los contextos empíricos re-interpretados a partir de la inclusión de la invasiva tecnología, el registro en la memoria de la técnica, el registro de estándares y los modelos económicos; ante los que se re-interpreta la realidad moderna, a partir de identificar las regiones de diseño, producción, consumo, a nivel global y local, en un contexto dominado por polos mundiales. (Benko & Lipietz, 1995, p3)

Con esta orientación, el modelo para encontrar diseño en el sector de producción industrial se construye con tres visiones, la primera visión desde la concepción de la cultura del diseño y su propuesta con el circuito diseño-producción-consumo y su accionar enmarcado en contextos empíricos, la segunda visión se orienta desde el escenario de la competitividad al inocular la cultura del diseño con las actividades primarias y las actividades de apoyo en un ambiente de sostenibilidad, y la tercera visión se concibe desde la codificación y la decodificación del ecosistema de producción interpretado desde lo tangible y lo intangible de un circuito adaptado de la cultura de diseño en territorio. (E. Viera, 2023)

En los tejidos industriales los mapeos detectan grandes empresas de naciones desarrolladas o productoras con vientos de re-conquista que empujan la globalización, en contra posición, países en vías de desarrollo apoyan la competitividad en empresas locales y PyMES. En esta visión de contextos empíricos Benko (2007), propone “analizar las ventajas dadas por la proximidad en términos de bienes colectivos locales de competencia para las PyMES” (p. 114), en el reconocimiento de la gobernanza en las economías locales y la producción de bienes colectivos de competencia.

Los sistemas de producción locales se entienden desde el mundo de los conocimientos tácitos, el conocimiento transmitido, y la cultura especializada, sin embargo, se reconoce que las economías locales subsisten en lo marginal de la economía global, con características de instaurar e incrementar brechas, es así que los nuevos desafíos hacia lo global conllevan en el desarrollo de lo local y nuevos procesos de gobernanza local, el reconocimiento de nuevos, modelos de cultura del diseño, adaptación de efímeros circuitos de cultura de diseño con base en las codificaciones y decodificaciones de lo tangible e intangible con la inserción de un pensamiento sostenible.

En conclusión, existe una visión establecida y esta problemática necesita soluciones para países en desarrollo mediante la estrategia de un modelo de producción para exportación de productos y no exclusivamente para supervivencia en el mercado global.

La propuesta del presente estudio, por tanto, presupone una adaptación de la cultura del diseño y crea una esquematización de como pasar de “lo teórico del diseño” hacia el “hacer con diseño” como propone Julier en el Congreso Internacional de Diseño en la Universidad Técnica de Ambato, es decir encontrar las tensiones en la transición entre diseño-producción-consumo, en el hacer con diseño.

En este sentido de la propuesta, Gereffi propone la Curva de fases del valor agregado en cadenas de valor, e identifica las diferentes actividades que agregan valor a un producto y tiene un especial interés en lo intangible, codificado en dos grupos: la Post-producción y la Pre-producción; en países en desarrollo, en los países en desarrollo se pone mayor énfasis según el estudio en las actividades de distribución, marketing y servicios, por otro lado, desde la pre-producción se identifican actividades propios de la posmodernidad alrededor de los materiales, adquisición, diseño y la I+D. (Figura 1)

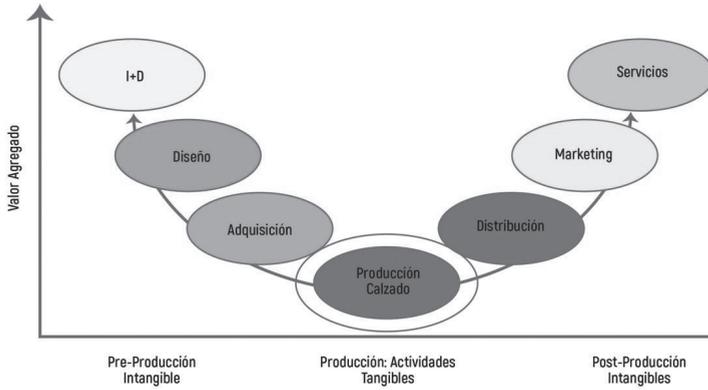


Figura 1. Curva de fases del valor agregado en la cadena de valor de la confección, Nicaragua
 Fuente: Libro *Cadenas Globales de Valor*, 2018, p19

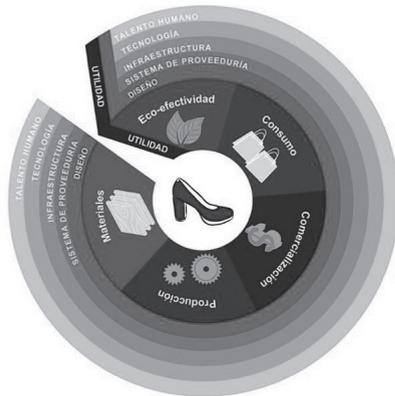


Figura 2. Modelo CUDCAV circular
 Fuente: Elaboración propia

Para encontrar un circuito de la cultura del diseño que se adapte y se transforme, es preponderante incluir en el modelo las actividades tangibles e intangibles de la cadena de valor del sector industrial o de la empresa, es común encontrar en las economías locales una brecha entre la actividad tangible (producción) y las actividades intangibles de post-producción y una brecha más amplia, entre la producción y la intangible pre-producción. Re-descubrir desde la adaptación de la cadena de valor sostiene una dinámica en tiempo y espacio, con la condicionante de no ser ni homogéneo ni homogeneizante, pero si, que el modelo se oriente hacia el principio “hacer con diseño” como sostiene Julier (2022). En este contexto se presupuesta una nueva estructura de la Cadena de Valor de Porter, además de incluir en el segundo componente del modelo la sostenibilidad y los materiales. (Figura 2)

Así, coyuntural con las dos visiones propuestas en el circuito, la tercera visión lleva el análisis de la cultura de diseño propuesta por Julier (2010) diseño-producción-consumo, en el que se caracteriza el objeto diseñado y se resume las características del contexto empírico, en el caso del calzado en la provincia de Tungurahua se resume en la figura 3.

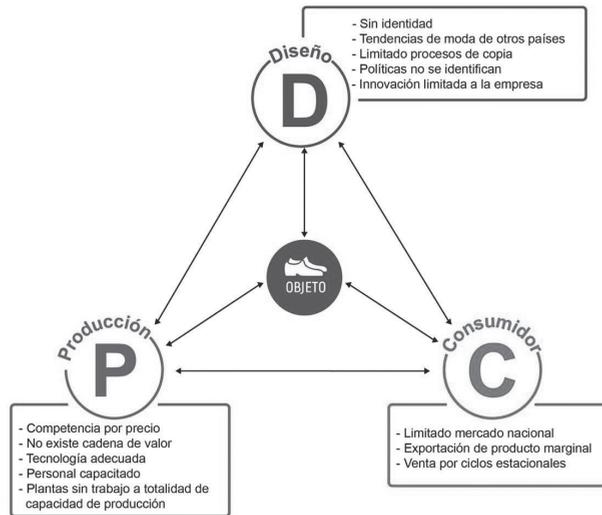


Figura 3. Ámbitos de la Cultura del Diseño en el sector calzado, provincia de Tungurahua
Fuente: Elaboración propia

3. La Cultura del Diseño un circuito en transformación

La operatividad del nuevo modelo se basa en las condicionantes que se caracterizan en la transformación de la cultura del diseño en concordancia con “entender las condiciones que forman los objetos” (Julier, 2010 p,29), es decir “identificar los ámbitos de la cultura del diseño y con este concepto junto a las fases de agregación de valor y la cadena de valor, se cimenta el circuito de transformación, con el principio de lo tangible, intangible y sostenible, con el objetivo de brindar una alternativa para establecer una línea base mediante encontrar diseño en el sector industrial y con este parámetro mejorar la gestión de diseño en territorio y por tanto el diseño en la industria y el diseño en la empresa. (Figura 4)

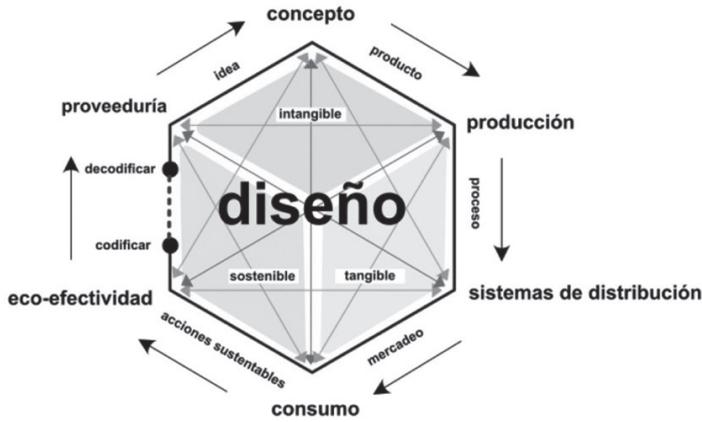


Figura 4. Circuito de la Cultura del Diseño - Modelo 4 ITS. Fuente: Elaboración propia

En la tesis *¿Cuánto diseño hay en el diseño de calzado? Análisis de la Transformación de la cultura de diseño en cadenas de valor en pequeñas y medianas empresas manufactureras de calzado en la provincia de Tungurahua-Ecuador 81995-2015*, el autor plantea un circuito que interconecta tres zonas de la industria. La primera zona, lo intangible, define la idea que nace con una necesidad y pasa a un concepto de producto con base en la proveeduría y define un producto mapeado desde la codificación y la decodificación del ecosistema de producción. La segunda zona del circuito centra su análisis en lo tangible, es decir, en la fabricación del producto, llevando al circuito al estadio del hacer, en la producción, la distribución y sus procesos. La tercera zona, se concentra en lo sostenible, mediante el estudio del consumo del producto y la gestión ecoefectiva en el sistema industrial. El circuito presupuesta encontrar una línea base de agregación de valor, y un esquema de codificación y decodificación en un sistema complejo compuesto por diversos niveles jerárquicos y contruidos con base en eslabones que se intercambian en la complejidad de un mundo que para García (1986) “no es producto de agregar elementos, sino de una deconstrucción y reconstrucción de estos elementos”. Además, esta reconstrucción con referencia a la codificación y decodificación implica estrategias competitivas que agreguen valor mediante la inserción del diseño en las cadenas de valor industrial, por tanto, el circuito así propuesto resulta un circuito extrapolable hacia empresas e industrias. (Viera, 2023)

Referencias Bibliográficas

- Bauman, Z. (2000). *Modernidad Líquida*. Fondo de Cultura de Argentina.
- Baudrillard, J. (1999). *Sistema de los objetos*. 225.
- Benko, G., & Lipietz, A. (1995). De la Regulación de los Espacios a los Espacios de Regulación. *Diseño y Sociedad*, N° 5, 4–11.
- Bonsiepe, G. (1999a). Del objeto a la interfase: Mutaciones del Diseño. In *Buenos Aires: Infinito*.
- Bonsiepe, G. (2011). Diseño Y Crisis. *Cerimonia de Otorgamiento Del Título Dr. Honoris Causa*, 8. <https://www.fnac.pt/Diseno-Y-Crisis-BONSIEPE-GUI/a813463?omnsearchpos=1>
- Finizio, G. (2002). *Design & Management*. Skira.
- García, B. F., Mora, C. M., & Alés, G. P. (2009). Las estrategias de competitividad de la industria del calzado ante la globalización. *Revista de Estudios Regionales*, 7585(86), 71–96.
- Gereffi, G. (2018). Políticas de desarrollo productivo y escalamiento: la necesidad de vincular empresas, agrupamientos y cadenas de Valor. In E. Dussel (Ed.), *Cadenas Globales de Valor: Metodología, teoría y debates*. (pp. 13–21). Universidad Nacional Autónoma de México.
- Huysen, A. (2017). *Después de la gran división* (Primera).
- Julier, G. (2010). *La Cultura del Diseño* (2da ed.). Gustavo Gili.
- Porter, M. (2001). *Ventaja Competitiva, Creación y sostenimiento de un desempeño superior* (XXI). Editorial Continental.
- Viera, E (2023) ¿Cuánto diseño hay en el diseño de calzado? Análisis de la transformación de la cultura de diseño en cadenas de valor en pequeñas y medianas empresas manufactureras de calzado en la provincia de Tungurahua – Ecuador (1995-2015), Tesis de Doctorado en Diseño, Universidad de Palermo, https://www.palermo.edu/dyc/doctorado_diseno/tesis_doctoral_edisson_fernando_viera_alulema.html

Abstract: The study aims to identify the main lines of connection of design culture in its relationship with the industrial sector in business performance, as a competitive tool, through added value, and in this way build limits in production ecosystems, through find the answer to What is done? And how is it done? The reflection is based on the debate on the conceptualization of local design and its correlation with the product, the economy, production, society, the economy, among others, and in this way create a field from which to look at design, therefore, in this study, the impact consists of identifying conjunctural limits with the tangible and intangible components, in the value chain and the disintegrating criticism of the industrial world. From these lines of connection and reflections, the cultural circuit of design in transformation is built on the codification of ephemeral limits and with a diffuse tendency, resulting in a field of knowledge around the constitutive design of the company in an environment of competitiveness and globalization.

Keywords: design culture - added value - production ecosystems - local design - tangible component - intangible component - value chain - competitiveness

Resumo: O estudo tem como objetivo identificar as principais linhas de ligação da cultura do design na sua relação com o setor industrial na atuação empresarial, como ferramenta competitiva, através da agregação de valor, e desta forma construir limites nos ecossistemas produtivos, através de encontrar a resposta para O que é feito? E como isso é feito? A reflexão baseia-se no debate sobre a conceituação do design local e sua correlação com o produto, a economia, a produção, a sociedade, a economia, entre outros, e desta forma criar um campo a partir do qual olhar para o design, portanto, em Neste estudo, o impacto consiste na identificação de limites conjunturais com os componentes tangíveis e intangíveis, na cadeia de valor e na crítica desintegradora do mundo industrial. A partir dessas linhas de conexão e reflexões, o circuito cultural do design em transformação se constrói na codificação de limites efêmeros e de tendência difusa, resultando em um campo de conhecimento em torno do design constitutivo da empresa num ambiente de competitividade e globalização.

Palavras-chave: cultura do design - valor agregado - ecossistemas produtivos - design local - componente tangível - componente intangível - cadeia de valor - competitividade

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]
