

## La gestión del diseño.

Alfredo Lanziano

Siempre se han realizado diseños y proyectos, y siempre también se han evaluado, analizado, escrito más sobre el resultado, que sobre la forma en que estos fueron desarrollados.

En este contexto donde importaba de sobremano el “logro” del proyecto en sí mismo, con el cumplimiento de los objetivos y requisitos iniciales como muestra del éxito o no del mismo.

En este contexto se toleraban, se admitían, flexibilizaciones en lo técnico, en los tiempos y en los costos, porque lo que importaba era lograr un producto, un resultado (inicialmente satisfactorio).

Los recursos y los tiempos parecen hoy no ser los mismos, más escasos y reducidos, agregando además la aplicación de una compleja tecnología, ya sea para desarrollarlos como para ejecutarlos, llevan a los diseños y proyectos a una complejidad tal que ya no se pueden resolver como hasta entonces.

En los últimos años, coincidiendo con el nuevo milenio, apareció en nuestro país el concepto de la gestión de proyectos, el “Management” para lo relacionado con el diseño y los proyectos constructivos.

Por lo tanto hoy no basta contar tan solo con habilidades creativas y técnicas para desarrollar un diseño o un proyecto constructivo, sino que se necesita además de la participación de la gestión del mismo, es decir, tener una estrategia inicial, que contenga las herramientas necesarias para llevar al diseño o al proyecto, desde el inicio al resultado final dentro de los tiempos, formas y costos pactados, acordados, contratados entre profesionales, estudios, empresas y los clientes y/o usuarios.

En relación a lo académico, fue incorporado el tema de gestión en diseños y proyectos, hace dos años en las aulas con la actividad “Proyectos en el Aula” de participación conjunta de docentes y alumnos y como complemento de la Asignatura Tecnología Aplicada I de la carrera de Diseño de Interiores, e implementándose esta visión del tema, con el objetivo de lograr una metodología de trabajo, para desarrollar los diseños y proyectos constructivos futuros, donde estaría incluida la gestión desde el mismo inicio, dándole aspectos y herramientas de planificación, estrategia, control, dirección y organización al alumno, futuro profesional.

Por último, la incorporación de la gestión, posiciona la actividad profesional y del profesional en el nuevo contexto actual y real de los negocios, permitiendo encarar nuevos e impensados desafíos, cambios durante el proceso de diseño y/o materialización de manera ordenada y controlada, además de ser conducentes a resultados exitosos.

## El producto es el proceso.

Gustavo Lento

La creación de un producto me lleva a pensar una serie de preguntas que quisiera en una breve síntesis formularlas en esta ponencia. Durante muchos años pensé que la creación de un producto era directamente proporcional a las necesidades de una sociedad, ya que en algún momento, donde me formaba como diseñador se hacía tiranamente hincapié en que el

Diseño era el dios padre salvador de los tremendos e infernales problemas que presentaban los usuarios en ámbitos como la comunicación visual, los espacios, los objetos, etcétera.

Para encontrar estas soluciones que llevaran a nuestros clientes a la gloria, desarrollábamos una serie de famosos y nunca bien ponderados programa de necesidades, en los que tomábamos en cuenta a las también famosas duplas formas-función, fondo-figura, emisor-receptor, etc. Estos nuevos testamentos los hacíamos en menos de una semana en donde el análisis que hacíamos de los problemas, en la mayoría de los casos carecía de la profundidad necesaria como para ofrecer soluciones óptimas. Pero claro, había que llegar al producto, porque en él estaba la salvación eterna y por supuesto el verdadero análisis por el cual aprendíamos a diseñar.

Si cumplíamos con estos mandamientos el paraíso era nuestro. En el camino de mi formación he atravesado por diferentes situaciones donde no se tomaba al proceso como un elemento imprescindible e imperioso para la formación de un profesional de productos. O mejor dicho, el proceso al cual se le dedicaba especial interés era aquel donde comenzaba a producirse la creación de este nuevo objeto o, quien sabe tal vez, de aquel engendro endemoniado. Existía una total y absoluta ausencia del proceso como objeto de estudio, como un posible modelo ,evolucionado aunque nuevo, de llegada al objeto deseado. El proceso al cual se estimulaba a los alumnos sin duda era netamente formal, como seguramente formal eran las creación. A tanta formalidad, diseño totalmente informal.

Con los años y la experiencia entendí que este era un problema que radicaba mucho más allá de un taller de diseño, sino que estaba íntimamente ligada a aspectos culturales que nos identificaban. ¿Una sociedad sin procesos?. No me cabe duda de esto. A las pruebas me remito: gobiernos con modelos ideológicos que funcionaron en procesos foráneos, tecnología utilizada al 25 % de su potencialidad, objetos sin contexto, (para mencionar algunas mutaciones), yo me pregunto ¿diseño sin diseñadores?

En el marco de la formación del diseñador los profesores deberíamos realmente cuestionarnos la formación de nuestros alumnos a pensar nuevos procesos, y con ellos nuevos modelos operativos, y seguramente nuevos productos. Acercar a nuestros alumnos a entender el objeto como una necesidad del sujeto y trabajar profundamente sobre este concepto de necesidad. Entender que está en nuestras manos como guías en la formación de profesionales del diseño a aportar nuestro grano de arena para crear una sociedad sin miedo al proceso. Ciertamente el camino que nos presenta el proceso es sinuoso, oscuro, dilatante, muchas veces monstruoso, da miedo. Pero una vez atravesado aquello que se ve al final del camino posee la luz. La necesidad del hombre como carácter de estudio implica en muchos casos entender la relación que hay entre el hombre y su contexto, formado por aquellas producciones en donde estamos involucrados los diseñadores. Los docentes debemos incorporar que la extensión en los procesos conlleva a la profundidad de los conocimientos y es ahí donde radica el verdadero poder de cambio.

Todos los productos se pueden copiar. La copia pareciera ser la solución de sociedades sin procesos.

Vivimos en constante movimiento, en una crisis perpetua, los roles tradicionales, los trabajos, las habilidades, las ideas, las estrategias, las aspiraciones, han cambiado. Los productos han cambiado, ¿cambiaron nuestros procesos? La innovación del proceso hace a la creación revolucionaria como