

Reformular el sentido del éxito para recuperar el componente ético y el factor cultural.

Fecha de recepción: agosto 2013
Fecha de aceptación: octubre 2013
Versión final: diciembre 2013

Cristina Amalia López (*)

Resumen: Nos proponemos analizar la forma de provocar un cambio desde la cultura, recuperar conductas éticas y ver la crisis como una oportunidad, y a la tecnología como una aliada, actuando desde los centros de formación e innovando en la gestión empresarial con la inclusión de profesionales del diseño en el tejido social y productivo, como una contribución al necesario cambio de paradigma de las empresas y del sector industrial, con la visión de la aplicación de la RSE, de la responsabilidad civil y la calidad total.

Para alcanzar las metas no solo bastan las ideas, la creatividad, el talento y el conocimiento aplicado al diseño, sino la sintonía del grupo con sus saberes y experiencias, un buen equipo de trabajo que conforma el capital humano, con acceso a herramientas y materiales que hacen a la logística de un proyecto y sobre todo disponer de los medios adecuados, inversión, financiación y gestión para llegar tan alto como quieras ir.

Palabras clave: diseño - innovación - ética - creatividad - cultura - sostenibilidad - sinergia - éxito - educar en valores - responsabilidad social.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 47]

Pensando un Diseño de innovación y creatividad con sostenibilidad y producción limpia

Estamos atravesando un mundo de cambios, y una notable crisis de valores, indudablemente debido a un individualismo pragmático⁽¹⁾ que se ha instalado en nuestra sociedad, asociado con intereses y estilos de vida, donde existe una tendencia hacia la autosuficiencia e independencia personal y el hombre relativiza el concepto de moral y en su accionar, todo se justifica por su éxito personal. Hoy, como dice Jean-Paul Sartre “todos los medios son buenos cuando son eficaces” para obtener satisfacción y prontitud, muchas veces sin conciencia, y se confunde éxito con fama mediática.

Preocupados por emprender, los estudiantes de las carreras de diseño y los diseñadores recién recibidos, priorizan el posicionamiento de la marca, y no siempre toman en cuenta la materialidad, sustentabilidad y funcionalidad del producto, desconociendo los procesos de producción, la gestión, fabricación, distribución y comercialización, ignorando los criterios técnicos y estéticos, como el análisis morfológico o anatómico (estructura, forma, tamaño, color, textura), el impacto ambiental que su uso y posterior desecho produce (evaluando las posibilidades de reciclaje) y las tecnologías aplicadas a lo largo de todo el proceso (tecnología eléctrica, química, mecánica) como así también considerar el aspecto económico-social.

Muchos confunden el hacer prototipo (un modelo, representación, demostración o simulación) con producir con diseño, olvidando el fin en sí mismo de la disciplina, que es la resolución de problemas a través de prestar un servicio y en cierta forma desconocen la forma de producir y con quiénes hacerlo.

Para diseñar hay que conocer, imbuirnos de cultura, entender el entorno e interpretar las necesidades para proponer soluciones de alta calidad.

Emprender un negocio, es una decisión para la cual hay

que estar capacitado, porque supone riesgos, sortear obstáculos y tomar decisiones permanentemente basadas en una investigación y observación de la realidad, y muchos emprendedores fracasan por no saber utilizar herramientas de gestión y porque sencillamente no saben investigar. De modo que para crear, debemos saber analizar, para ello es preciso investigar, estudiar, examinar, explorando productos y procesos técnicos.

Para ser *entrepreneur*⁽²⁾ hay que ser un hacedor de sueños, para ello es preciso adquirir capacidades para incubar y concebir en la mente pensamientos proactivos, ideas creadoras (pensamientos creativos) que germinen y se multipliquen, llevadas por el impulso hacia la acción (ideas planificadas), pudiendo elaborar esas ideas para pasar a la instancia de plasmarlas en un negocio, accionando con intencionalidad y motivación para concretar proyectos diseñados.

Basados en este enunciado proponemos analizar las posibilidades de inserción laboral para los jóvenes diseñadores porque consideramos es uno de los temas acuciantes instalado en prácticamente todos los países. Desde la experiencia dentro de las organizaciones de la sociedad civil como la Asociación Latinoamericana de Diseño - ALADI, la Confederación Panamericana de Alta Costura - CONPANAC y la plataforma comunicacional y estratégica de BOOK 21 venimos investigando al respecto y entendemos que las principales causas por las que nuestros jóvenes no consiguen ingresar al mercado laboral, se relacionan concretamente a la falta de preparación para el trabajo y acceso al involucramiento con la producción, una notable ausencia de pertenencia a la empresa como actividad positiva, incluso la situación económico financiera no facilita la inversión en proyectos productivos, sumada a la tercera revolución industrial, la que aporta “la tecnológica” donde la sociedad del conocimiento interactúa en redes y el saber se globaliza y multiplica contenidos, pero no necesari-

riamente comunica de manera efectiva, y como está al alcance de todos crea una dependencia a la herramienta que incluso sustituye mano de obra. Sin embargo existen razones previas a esto, que preocupan y tienen que ver con la desconexión de los jóvenes con la realidad que los circunda, por ejemplo; Es notable que nuestros estudiantes no leen el diario; la lectura es escasa o no existe como hábito; el lenguaje es deficiente; la pobreza en la expresión denota la falta de asimilación de conceptos elementales que no pueden poner en palabras (esto es visible y palpable en los exámenes orales), muchos jóvenes no logran comprender un texto y elaborar una respuesta lógica e incluso tienen dificultad para redactar informes. Desde la observación del mercado podemos identificar que la única realidad que a muchos jóvenes motiva, es lo que van a ganar y no lo que va a aportar a la comunidad. El operador está desapareciendo detrás de la herramienta casi anulado, en vez de ser una persona pensante. Existe una potencial desvinculación entre el diseñador y el productor del objeto, con el jefe de talleres que desarrolla el proceso productivo para verificar la viabilidad de producción.

Es en el seno de la educación donde tenemos que comenzar por resolver esta falencia, incorporar la cultura general en el aprendizaje áulico, los conceptos de calidad y responsabilidad social, y enseñar valores éticos y morales, reflexionar sobre las problemáticas múltiples que enfrenta el mundo, hacer participar a nuestros estudiantes en proyectos reales. Y es aquí donde entendemos que el diseñador necesita reformular el sentido del éxito, para insertarse en el sistema productivo y producir el cambio conciente, para que las pequeñas y medianas empresas lo incorporen en la cadena de valor productiva.

Revisemos algunas conceptualizaciones sobre el sentido del éxito

Uno asocia el éxito con el resultado feliz de una actuación, por ende la motivación a ser exitoso está en buscar esa felicidad, pero no siempre se logra. Nuestra vida es una sucesión de actuaciones que dan resultados diversos y no siempre ese objetivo es alcanzado.

Para reformular el concepto del éxito es preciso empezar a pensar de manera distinta. No solo focalizarse en el triunfo sino en el proceso de ir cumpliendo metas y objetivos, en el aprender, en el acto de emprendimiento, de la acción en sí misma, teniendo en cuenta lo subjetivo y relativo que es el éxito, ya que por ejemplo llegar primero en una competencia determinada es muy auspicioso y celebrado, y es común confundir riqueza y fama con éxito, más también es considerado un éxito superar el objetivo inicial que se planteó y haber obtenido un resultado superador. El éxito puede ser medido desde distintos puntos de vista y, por tanto, no existe una única definición y más allá de los conceptos, es importante mirar hacia dentro de uno mismo con sinceridad para hallar respuestas.

El diseñador necesita de la contemplación para entender la sabiduría de la naturaleza y nutrirse de la cultura para encontrar respuestas de orden superior que desafíen lo conocido. Ejercitar el pensar que el éxito, es algo interno de uno mismo, y que el error, o la situación en la

que no se obtienen los resultados deseados y esperados, y lo que puede parecer o verse como un mal logro, todo es una construcción, es poner en otro plano el valor de la experiencia, porque de los fracasos aprendes sustantivamente, cuando te replanteas el desafío de la búsqueda de nuevos interrogantes para hallar soluciones. No es casual que el oficio del diseñador justamente sea el de resolver problemas mediante un servicio. Por cuanto la convivencia con la problemática es una constante en la praxis profesional de los diseñadores, que nuestros alumnos precisan comprender, para aprender a trabajar con perspectivas y visiones superadoras, darle propósito a las labores diarias que brindan un sentido más sólido a nuestro hacer cotidiano, para ir un poco más allá de nuestros distractores externos, y hacer una reflexión personal en torno a nuestra situación actual y nuestros verdaderos deseos y motivaciones.

Es claro que el hombre se valió de su ingenio para transformar con los inventos que cambiaron el mundo, la evolución de nuestra especie. Aquellas mentes brillantes que provocaron situaciones extraordinarias o crearon objetos que hoy nos parecen imprescindibles en la vida cotidiana, tenían una visión. Llegaron donde aún nadie había explorado gracias a su capacidad, porque entendieron cómo alcanzar la idea y materializarla, por eso la innovación está permanentemente desafiando lo conocido en el territorio de las ideas, mediante el razonamiento y la puesta en marcha de novedosas propuestas. Pero el acto de innovar no es sinónimo de logro exitoso al final de proceso productivo, por esto es que focalizarnos en la construcción de conocimiento para hallar soluciones es un resultado exitoso de aprendizaje permanente a través de la investigación.

Para ser exitosos, es necesaria una concordancia entre nuestro estado interior y exterior.

Podemos decir que el éxito tiene facetas diferentes, tenemos un éxito que denominamos objetivo, que se relaciona con lo que la sociedad ve (según se trate de alguien público o no) respecto a los resultados obtenidos y que puede ser percibido como algo muy positivo o no necesariamente trascendente.

También existe un éxito subjetivo, el de la conciencia y es el que vive cada uno en su intimidad, en sus desafíos personales. Algunos alcanzan el éxito sintiéndose que adquieren fama (aunque a veces esa fama sea efímera, sin trascendencia), o sienten que son fracasados porque no consiguen trabajo ni hacen lo que les gusta. Muchos diseñadores no han podido realizarse en su profesión, y algunos solo quieren ser famosos.

Una persona realizada es aquella que está contenta con lo que hace, y no espera que se lo reconozcan ni se lo agradezcan. Esos modelos, que tanto bien le hacen a la sociedad, son un reflejo de virtudes que sirven como espejo para otros en su mejora personal. El hecho que una persona llegue a ser un modelo, se da de manera natural, sin que lo busque. Muchas veces, y quizás la mayor parte, vivimos la realización, haciendo cosas que nos apasionan por más que nadie lo descubra. En definitiva, lo que hace feliz al hombre en su esencia, es ver que desde lo más profundo de sus afectos, consigue servir a los demás, eso es realización. También, y aunque parece difícil de entender, muchas veces somos modelos,

en temas que no conocemos; en la vida familiar somos un ejemplo por imitar para nuestros hijos, nuestros cónyuges y, nuestros amigos; en la vida laboral, para nuestros compañeros, empleados, jefes. No se llega a modelo desde la fama, sólo se llega a ser modelo desde la realización, cuando esa motivación para hacer las cosas con un sentido trascendente se empieza a hacer pública, a pesar de la voluntad de quien lo vive. Sólo una persona realizada que no busca ser modelo, podrá serlo. Trabajar haciendo lo que te gusta es ser una persona feliz. Y es importante que nuestros alumnos puedan entender esto, para que tengan una visión amplia de la dimensión de la profesión, y de la praxis. Plantear el éxito como un camino, más que un fin y comprender que, más que fracasos, existen resultados que, en última instancia, siempre han de beneficiarnos para seguir aprendiendo al trazar horizontes sucesivos.

Para lograr esa meta, pensar que la formación educativa concluye en las horas de clase, es permitirse el lujo impropio de una visión conformista y críticamente limitada.

Para revertir esta realidad, necesitamos que el diseñador sea un profesional involucrado con el tejido sociocultural, capaz de comprender y plasmar ideas, conceptos, imágenes, con las síntesis de preguntas. Un individuo que se plantee el por qué de las cosas y proponga soluciones, como modelo a seguir.

Los estudiantes, que emergen al mercado laboral con falencias en su preparación para desenvolverse en el trabajo y en el involucramiento con el sistema empresa, fracasan en sus intentos de obtener un espacio para desarrollar la profesión, porque carecen de una formación integral como persona y como diseñador.

Otra de las causas de la falta de ocupación laboral de nuestros jóvenes es, que las empresas enfrentan estados cambiantes, que no propenden a inversiones en proyectos productivos, en los cuales el diseño en su concepto global no encuentra cabida. Y es preciso facilitar la capacitación de las PyME para el acceso a las TIC, y a la aplicación de Diseño, pues están huérfanas del concepto, incluso siendo proyectos rentables.

Por esta razón planteamos desde la Asociación Latinoamericana de Diseño y sus entidades miembros, analizar la forma de provocar un cambio desde la cultura, recuperar conductas éticas y ver la crisis como una oportunidad y a la tecnología como una aliada, actuando desde los centros de formación e innovando en la gestión empresarial con la inclusión de la figura del profesional de diseño, en el tejido social y productivo, como un aporte al necesario cambio de paradigma de las empresas y del sector industrial, en el cual la visión de la aplicación de la RSE, o mejor dicho de la responsabilidad civil, la involucra con la realidad más allá del interés meramente comercial. Para ello, necesitamos un proyecto de país industrial, que contemple consignas contundentes para el desarrollo de los sectores productivos, con programas que implementen políticas de financiamiento para apoyar el desarrollo, con acceso a líneas crediticias de pronta resolución, con control cierto del destino de los fondos y resultados verificables, con transparencia en la gestión, con posibilidades reales de exportar el produc-

to gracias a la cadena de valor, y con personas capaces de crear el cambio.

Hay que tomar en serio lo que se tiene por delante para garantizar el funcionamiento de un proyecto, y entender que el diseño se concibe como una disciplina que resuelve problemáticas, y el diseñador necesita nutrirse de conocimiento y cultura para dar respuestas. El éxito no depende solo de las horas que trabajes, sino de las estrategias que diseñes en tu mente para accionar.

Desafortunadamente, las personas no son recordadas por el número de veces que fracasan, sino por el número de veces que tienen éxito (Thomas Alva Edison) sin embargo la percepción que tenemos de él puede disentir significativamente de la felicidad. Y es importante que nuestros alumnos conozcan la diferencia.

En basa a lo expuesto, les propongo que revisemos entonces algunos conceptos que la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y la Cultura nos aportan como los cuatro pilares de la educación, pues es interesante que sumemos un quinto elemento.

Los cuatro pilares de la educación y el quinto elemento: Aprender a emprender

En el informe sobre educación presentado a la UNESCO en 1998 y coordinado por Jacques Delors⁽³⁾, se indica que los cuatro pilares en los que se basa la educación son; el aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a vivir juntos, y aprender a ser, sin embargo, luego de analizar cada uno de ellos, entendemos que existe otro aprendizaje que necesita ser incorporado en este siglo XXI, como el gran desafío superador.

Por eso tomando en cuenta estos cuatro ejes y sus variables, al final hacemos la proposición, veámoslo;

A) Aprender a conocer; relacionada con el descubrir, como la actividad más tradicional de la enseñanza a través de la transmisión de conocimientos del profesor al alumno. Hoy complementada con nuevos aspectos, teniendo en cuenta los rápidos cambios derivados de los avances de la ciencia y las nuevas formas de la actividad económica y social, conviene compaginar una cultura general suficientemente amplia con la posibilidad de estudiar a fondo un número reducido de materias. Esta cultura general sirve de pasaporte para una educación permanente, en la medida en que supone un aliciente y sienta además las bases para aprender durante toda la vida.

B) Aprender a hacer; desde la visión práctica de la capacitación del estudiante para enfrentarse a determinadas tareas. Ciertamente conviene no limitarse a conseguir el aprendizaje de un oficio (dimensión demasiado olvidada en los métodos de enseñanza actuales) y, en un sentido más amplio, adquirir una competencia que permita hacer frente a numerosas situaciones, algunas imprevisibles, y que facilite el trabajo en equipo. En numerosos casos esta competencia y estas calificaciones se hacen más accesibles si los estudiantes cuentan con la posibilidad de evaluarse y de enriquecerse participando en actividades profesionales o sociales de forma paralela a sus estudios, concurriendo e interviniendo por ejemplo en concursos, ferias, exposiciones, lo que justifica el lugar más relevante que deberían ocupar las distintas po-

sibilidades de alternancia entre la escuela y el trabajo.

C) Aprender a vivir juntos; desarrollando la comprensión del otro y la percepción de las formas de interdependencia, sin renunciar a las propias ideas. Realizar proyectos comunes y prepararse para tratar los conflictos, respetando los valores de pluralismo, la comprensión mutua y la paz.

D) Aprender a ser; que supone el desarrollo de la personalidad, de la autonomía personal, del juicio y de la responsabilidad. Este era el tema dominante del informe Edgar Faure publicado en 1972 bajo los auspicios de la UNESCO. Sus recomendaciones conservan una gran actualidad, puesto que el siglo XXI nos exigirá (dice el informe de Delors de 1998) una mayor autonomía y capacidad de juicio junto con el fortalecimiento de la responsabilidad personal en la realización del destino colectivo. Y también menciona otra premisa destacada “no dejar sin explorar ninguno de los talentos que, como tesoros, están enterrados en el fondo de cada persona”. Citemos, sin ser exhaustivos, la memoria, el raciocinio, la imaginación, las aptitudes físicas, el sentido de la estética, la facilidad para comunicarse con los demás, el carisma natural del dirigente, etc.. Todo ello viene a confirmar la necesidad de comprender el contexto desde el acto de comprenderse mejor a uno mismo. Además la Comisión se ha hecho eco de otra utopía: la sociedad educativa basada en la adquisición, la actualización y el uso de los conocimientos. Estamos hablando de una proyección en el tiempo de cómo pensar este nuevo siglo y citar este informe nos invita a dar confirmación a esto y avanzar un paso más.

Lo que estamos sumando en esta propuesta es un quinto pilar de la educación, el de Aprender a Emprender, incorporándolo como el desafío superador que la escuela tiene por delante para vincularse con la empresa, la comunidad y sumar el capital del conocimiento para el desarrollo local, regional y nacional de manera sustentable brindando una educación de alta calidad.

En este sentido, y tomando el concepto de cultura emprendedora definido por Gibb como el “conjunto de valores, creencias y aptitudes comúnmente compartidas en una sociedad, la cual sostiene la idea de que es deseable un modo de vida emprendedor apoyando continuamente la búsqueda de un comportamiento emprendedor efectivo por parte de los individuos o grupos”, la docencia en innovación y emprendedurismo debe fomentar la capacidad de los estudiantes volcándola hacia la resolución de problemas, mediante toma de decisiones y comunicación efectiva, para que sean responsables, aprendan a cooperar y trabajar en red, incrementando sus capacidades de autoaprendizaje, siendo pro-activos, personas que puedan asumir riesgos y sean capaces de estar en control en tiempos de crisis, y también de bajos recursos ya que según estudios de la UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo,⁽⁴⁾ el ingreso medio de los “países menos adelantados” (estamos hablando de 560 millones de habitantes), está disminuyendo, y se situaría en 300 dólares anuales per cápita, en comparación con 906 dólares en los demás países en desarrollo y 21.598 dólares en los países industrializados.

En este aspecto, nuestro país tiene muchas deudas

pendientes, y cuando nos basamos en lo estadístico y lo comparamos con la realidad circundante, el análisis que estamos proponiendo deriva en la necesidad de un involucramiento de todos los sectores para pensar juntos, y la educación juega un rol preponderante, en este escenario de actores culturales.

Miremos la inversión en investigación e innovación en ciencia y tecnología de los últimos 20 años

La situación de América Latina en general, y la de la Argentina en particular, en el ámbito de la tecnología y la innovación tecnológica es una situación típica de los países en vías de desarrollo.

La histórica dependencia de las empresas de la región de recursos abundantes, de bajo costo y poco calificados como fuente predominante de competitividad internacional, han creado condiciones económicas y culturales relativamente desfavorables para el desarrollo de los servicios tecnológicos y científicos.

Les propongo hacer un análisis de situación de nuestra realidad argentina frente al estancamiento del sistema productivo entendiendo que no sólo basta con legislar sino con reglamentar, veamos algunos ejemplos.

Haciendo un poco de historia nos podemos remontar a la creación de la Fundación Innovat-T del año 93' por parte del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) con el objetivo de promover y fomentar la investigación, desarrollo e innovación (I+D+I) y la Vinculación Tecnológica (VT) como instrumentos de mejora de la actividad productiva de bienes y servicios, y como herramienta para la competitividad nacional e internacional. En su rol principal de articulador y facilitador de la interacción entre los organismos que componen el sistema científico-tecnológico, el sector público, el sistema productivo y de servicios, la Fundación Innova-T⁽⁵⁾ como organización no gubernamental, tiene plena capacidad jurídica para adquirir bienes y contraer obligaciones, pudiendo celebrar en general toda clase de actos jurídicos que tengan relación directa o indirecta con el cumplimiento de su objeto fundacional. Su condición de unidad de vinculación tecnológica UVT, la convierte naturalmente en una entidad apta para actuar como consultora y auditora científico tecnológica en todas las áreas del conocimiento y construyó una red de delegaciones en el interior del país, en función de los centros académicos y de investigación, pudiendo de esta forma realizar transferencia tecnológica en todo el territorio.

Con la ley de innovación tecnológica del 93' (Ley Nro. 23.877 de Promoción y Fomento de la Innovación Tecnológica -⁶⁾ fue la primera vez que se pudo instalar la palabra Diseño industrial y prototipos en una normativa de apoyo tecnológico, que resaltaba en su artículo tercero inciso 2 la investigación tecnológica precompetitiva, tomando en cuenta trabajos sistemáticos de profundización de los conocimientos existentes, derivados de la investigación y/o la experiencia práctica, dirigidos a la producción de nuevos materiales, productos o dispositivos y al establecimiento de nuevos procesos, sistemas o servicios, incluyendo la fase de construcción de prototipos, plantas piloto o unidades demostrativas, finalizando con la homologación de los mismos. En

ella se hablaba de adaptaciones y mejoras: desarrollos tendientes a adecuar tecnologías y a introducir perfeccionamientos, que carecen usualmente de los rasgos de originalidad y novedad que caracterizan a los proyectos señalados en los apartados 1 y 2 del presente inciso; b) transmisión de tecnología: proyectos en los que ya producido y/u homologado el desarrollo, debe pasarse de la escala piloto a la escala industrial; c) Asistencia técnica: proyectos que tienden a transferir conocimientos, información o servicios para resolver problemas técnicos específicos o aportar elementos para su resolución, como por ejemplo, la optimización de un proceso, la mejora de la calidad de un producto, pruebas de control de calidad, asesoramiento en diseño, mercadotecnia, puesta en marcha de plantas o pruebas de funcionamiento y de rendimiento, o bien formación y capacitación de personal; d) Unidad de Vinculación: ente no estatal constituido para la identificación, selección y formulación de proyectos de investigación y desarrollo, transmisión de tecnología y asistencia técnica. Recordemos que esta ley se generó para desarrollar canales y herramientas que ayuden a generar conciencia de la importancia de la investigación en Ciencia y Tecnología como bases para el desarrollo de la región y como herramienta para la competitividad nacional e internacional teniendo como objetivos: Promover la vinculación entre el sector científico y el empresario / Fomentar el desarrollo tecnológico en el marco empresarial / Difundir el potencial nacional humano, tecnológico e industrial argentino hacia el resto del mundo / Difundir los progresos de la ciencia aplicada a la producción, los servicios y el mejoramiento de la calidad de vida / Entrenar recursos humanos en el campo de la investigación y el desarrollo. En este espacio de elaboración de conceptos para esta legislación, la intervención de la Asociación Latinoamericana de Diseño - ALADI fue vital para que esto ocurriese, mediante el diálogo con autoridades de redacción del proyecto. Lamentablemente esta ley que tenía un fondo de 20 millones de dólares anuales en ese momento, nunca pudo ser aplicada ni accedida por los futuros beneficiarios⁽⁷⁾, aunque fue muy valorado como proyecto en toda Latinoamérica, por parte de los sectores involucrados.

Ciertamente, no hay inversión suficiente en tecnología. Para que la hubiere se necesita el conjunto de políticas, programas y planes que tanto el Estado como las Empresas, Universidades e Institutos de enseñanza y los Organismos y Asociaciones nacionales e internacionales elaboren para el desarrollo, investigación e innovación, creando infraestructuras científicas y tecnológicas. Nuestro país tiene el honor de contar con los primeros premios Nobel en ciencias del mundo hispano, entre ellos los científicos Luis Federico Leloir, César Milstein, Florentino Ameghino, el primer Nobel en medicina latinoamericano Bernardo Houssay, sin embargo, a pesar de la alta capacidad de los recursos humanos argentinos, uno de los principales problemas que la ciencia y la tecnología han afrontado en el país, ha sido históricamente, la baja inversión. A esta realidad se suma la desconexión de la investigación con las empresas, como bien lo expresa Charles Vest en los ensayos sobre el MIT

y el rol de las universidades de investigación “En busca de la frontera sin fin”⁽⁸⁾, cuando dice que; “la respuesta necesaria de las universidades radica en parte en sus programas de investigación, pero aún más importante en la educación per se. Debemos asegurarnos de que las universidades de investigación cumplan su promesa de crear un ambiente de aprendizaje que esté muy bien adaptado a la época que viene; en la cual los estudiantes de grado, posgrado y los profesores compartan por igual la disciplina y la alegría, y continúen renovando la investigación original y la actividad académica. Nuestra orientación de la investigación nos permite liderar el camino en la educación, porque la sociedad demandará mucho más de nuestros graduados que lo que ellos saben que otros han logrado en el pasado. Si nuestros estudiantes van a alcanzar todo su potencial para contribuir a la sociedad y, de igual importancia, a disfrutar plenamente de la belleza y la aventura de la creación y la comprensión, tenemos que enseñarles cómo avanzar en el conocimiento.”

Claramente en este punto, y para lograr el cambio de paradigma que estamos proponiendo en este análisis, necesitamos sentar en la misma mesa a sectores hoy desvinculados o casi (por un lado a la ciencia en la era digital, por otro está el saber hacer del productor, el empresario y emprendedor y a la par la gestión en la educación, al estado y a las organizaciones de la sociedad civil, cámaras empresarias y sindicatas) para lograr el diálogo de los investigadores con los líderes de la industria, el sector productivo y de las organizaciones empresariales, el estado y las universidades (no para que el estado las controle sino para que certifique la calidad en la enseñanza, y facilitando inversión en investigación) para que puedan trabajar juntos, partiendo de la premisa que el conocimiento se construye desde una acción conjunta y se distribuye a través de las organizaciones y sociedades, es preciso aprender a utilizarlo con eficacia, para entender las necesidades del sector proyectista emprendedor industrial, y reformular el rol formativo de la universidad y su aporte de investigación para llevar a cabo proyectos de cooperación, con profesores que interactúan con la industria como educadores, consultores, generadores de la propiedad intelectual y como empresarios también. Consensuar políticas educativas, políticas de Estado junto a los sectores de gobierno, con la adopción de nuevas ideas y tecnologías aplicables también en el sector comercial, con la creación de riquezas y de puestos de trabajo, y por supuesto nuevos negocios y traducir nuevos conocimientos de la investigación hacia fines prácticos, para invertir en el futuro.

En referencia a esto es importante analizar los hechos estadísticos y referenciales en nuestro país, por ejemplo; Con la creación de la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica (1997) se inició el proceso de recuperación del ciclo virtuoso en la ciencia y tecnología argentina con el regreso de científicos del exterior, que volvió a reforzarse a partir del año 2003, con la incorporación de nuevos investigadores repatriados y la creación de nuevos centros de investigación, sin embargo persiste un aspecto aún deficitario que es la articulación del sistema científico con el sistema productivo. Y en este punto cabe otra reflexión, ya que to-

davía estamos preocupados por la fuga de cerebros, para retenerlos en el país, seguimos sin generar el desarrollo de la ciencia con metas claras y sostenibles, en vez de pasar a la instancia superadora de la circulación de cerebros para incrementar el flujo de la información y que el desarrollo provenga de la confiabilidad en un país que se mira así mismo revisando sus falencias.

En cuanto al origen del financiamiento de la ciencia y la tecnología (según datos del 2005 ver ⁹⁾, se verifica la fuerte dependencia del financiamiento público que aporta el 65% de la inversión, distribuido en un 43% en el sector gobierno y un 22% las universidades públicas. Con relación al PBI, el sector público aporta el 0,30% mientras que el sector privado solamente representa el 0,16%, aunque la participación del sector privado en la financiación de actividades científicas y tecnológicas se viene incrementando desde el año 2002. Estas cifras contrastan con las de países desarrollados, donde el financiamiento privado es el que sostiene la inversión en ciencia y tecnología - aportando más del 60% del total - y su contribución respecto al PBI es mayor al 1%. (En promedio en los países de la OCDE-Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos-, el financiamiento de las empresas representa el 1.5% del PBI. Japón, Corea y Finlandia son los países que más se destacan, con porcentajes que superan al 2% del PBI). Normalmente se ha visto que las empresas más exitosas por su alta productividad y desarrollo tecnológico, alcanzan esta situación gracias a la importación de bienes de capital o asistencia extranjera.

Hasta 2007 el área administrativa dedicada a la ciencia y la tecnología estuvo incluida dentro del Ministerio de Educación (con jerarquía de una secretaría ministerial) pero esto se modificó al crearse el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva, que para el 2013 lanza EMPRETECNO, a través del Fondo Argentino Sectorial (FONARSEC) de la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica, y que otorga hasta \$2.500.000 para financiar proyectos de desarrollo de empresas de base tecnológica ⁽¹⁰⁾.

En la actualidad este ministerio ha lanzado el Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Argentina Innovadora 2020 ⁽¹¹⁾, que es el instrumento por el cual el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva establece los lineamientos de política científica, tecnológica y de innovación para el país en los próximos años, pretendiendo dar continuidad al crecimiento y consolidación de estas áreas consideradas puntales estratégicos del desarrollo nacional.

Recientemente, la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica dependiente del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva, anunció que otorgará a la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT), más de \$12.800.000 en subsidios para financiar un proyecto de instalación de un moderno sistema de regulación de biológicos. El aporte se enmarca en el Fondo de Innovación Tecnológica Sectorial de Salud que administra el Fondo Argentino Sectorial (FONARSEC) de la Agencia. Otro caso actual es Innovar ⁽¹²⁾; el Concurso Nacional de Innovaciones Innovar es un concurso nacional pensado como plataforma de lanzamiento de productos y

procesos que se destacan por su diseño, tecnología o por su grado de originalidad. El objetivo del certamen, organizado en el marco del Programa Nacional de Popularización de la Ciencia y la Innovación, es estimular la transferencia de conocimiento y tecnología a través de proyectos y productos que promuevan la innovación, la mejora en la calidad de vida de la sociedad así como también posibilite su comercialización e inserción en el mercado productivo a nivel nacional e internacional. De esta manera, Innovar se convierte en un punto de encuentro entre emprendedores de todo el país que buscan difundir sus desarrollos, y empresarios, investigadores y público en general interesados en conocer dichas propuestas.

Los gobiernos y las empresas a menudo tratan de utilizar el efecto clúster ⁽¹³⁾ para promover un determinado sitio, como un lugar particularmente bueno para cierto tipo de negocios, pudiéndose observar en el mundo gran variedad de clústeres en industrias agro alimenticias, productos manufactureros, en las relacionadas con recursos naturales como la minería, el gas y el petróleo, también en el sector turístico, y en el transporte y las automotrices, en aquellas que brindan servicios, tecnologías de la información, o entretenimientos, con una economía del conocimiento orientada a la alta capacitación. Por esto es trascendente que nuestros estudiantes tengan acceso a conocer casos de la vida real, como herramienta para el análisis de aquellos factores que permiten a una industria incorporar nuevos eslabones en su cadena productiva, los factores que determinan el uso de nuevas tecnologías en sus procesos, y los factores determinantes de la generación de actividades de aglomeración, para analizar las ventajas comparativas de ciertos sectores del comercio manufacturero mundial, y poder insertarse con propuestas innovadoras en el mercado.

El análisis clúster por ejemplo, es un instrumento analítico de gran utilidad a la hora de describir la complejidad de las actividades productivas y para comprender la relación que éstas tienen con el territorio como es el caso del clúster geográfico, o bien cuando distintas empresas operan en conjunto en un mismo sector comercial, que es lo que conocemos como clúster sectorial, o siguiendo el desarrollo del concepto de redes inter organizacionales (clúster horizontal) en la que existen interconexiones entre empresas en un mismo nivel con el fin de compartir los recursos, o aquellos clúster basados en la transferencia tecnológica, en Know How, y agrupaciones creadas debido a la existencia de ventajas comparativas (clústeres de *endowment factorial*, como la industria vitivinícola o de alimentos puntuales como el esturión o el salmón). El más común de los clústeres de negocios es las cadenas de valor, grupos de negocios que compran y venden entre ellos. La proximidad física de los proveedores y los compradores permite reducir los costos y una mejor adecuación de la oferta y la demanda (Inventarios Just-in-time requieren una estrecha cooperación entre empresas), así mismo podemos mencionar las actividades primarias y secundarias en la cadena de valor, que genera un margen de utilidad en la empresa. También tenemos el clúster de capital humano

basado en categorías ocupacionales; Las empresas que utilizan el mismo tipo de ocupaciones y habilidades de los trabajadores pueden sacar de un mayor número de empleados potenciales, mayores ventajas. Este tipo de grupo reduce el costo de las búsquedas de los empleados y con frecuencia eleva la productividad de todos los trabajadores en la región. Citar este tipo de ejemplos y trabajar sobre ellos en las aulas seguramente aportará a nuestros estudiantes una capacidad de entendimiento mucho mayor desde la praxis misma.

A partir de lo enumerado, entendemos que se hace imprescindible un cambio de mentalidad, para pensar en estructuras productivas: Diseñar y producir con una filosofía y cultura del trabajo para servir a través de nuestra ocupación, porque el trabajo dignifica. Probablemente es necesario pluralizar el mercado del trabajo, donde no solo existan las empresas capitalistas (cuyo objetivo es obtener ganancias) sino también empresas cooperativas, sociales, civiles, y/o empresas de la economía de comunión (que no tienen como misión maximizar ganancias sino priorizar la utilidad social) y que se caracterizan por la utilización de técnicas productivas de alta intensidad de trabajo produciendo bienes relacionales. Cabe aclarar que no estamos hablando de empresas públicas del gobierno (porque esto genera deuda pública); el Estado no puede ser un empresario sino que tiene que ayudar a los empresarios con políticas que favorezcan el desarrollo productivo y esto es posible cuando la institucionalidad existe y las organizaciones de la sociedad civil, las asociaciones, federaciones, las entidades en su conjunto son integradas por individuos preparados en el ejercicio de su derecho al trabajo y a la libertad. El Estado puede dar dinero transitoriamente al sector que necesita pero no puede sostener a miles o millones de personas con un subsidio, mientras que no desarrollan ninguna actividad productiva, porque ello destruye el tejido social, instalando la vagancia, los *ni-ni* (jóvenes que ni estudian ni trabajan), incrementa la pobreza, la desigualdad, los sin techo, los desocupados, los indignados. La responsabilidad social empresaria o corporativa no debe ser una pantalla, la empresa como institución debe de tener una responsabilidad que se manifieste desde la imagen, desarrollar internamente, nacer de la gente que la compone y que por ende tiene alto contenido ético, y respeta los derechos universales del hombre y contribuye al desarrollo general del país.

Ética y responsabilidad social: formar a nuestros estudiantes para un futuro posible

Actualmente todavía alguna parte del sector empresarial interpreta la responsabilidad social empresaria como algo altruista y filantrópico, destinando recursos a actividades culturales, sociales, ambientales, patrimoniales, y principalmente al desarrollo humano para la mejora del entorno social. Pero este altruismo, no debe identificarse con la responsabilidad social, pues son conceptos diferentes. Con la acción social, sólo nos estamos preguntando -qué hace la empresa-, con una parte de los beneficios alcanzados en el desarrollo de su actividad económica, y -cómo los devuelve a la comunidad-, pero ésta es únicamente una parte de la respon-

sabilidad social de la ciudadanía corporativa. Cuando hablamos de responsabilidad social no hablamos sólo de filantropía, nos referimos a cómo la empresa responde a las exigencias legítimas, que los distintos grupos de intereses implicados o afectados por su actividad han depositado en ella, es decir, cuando las empresas se preocupen por el impacto que su actividad tiene en la sociedad. Cuando pensamos en nuestra responsabilidad social, nos cuestionamos el cómo se han producido los beneficios y para quién son y a quiénes afectan, ya sea cuando nos referimos a las responsabilidades internas de las empresas con su personal, su planta directiva, sus accionistas, implicancias que refieren a cuestiones salariales, de seguridad laboral, de capacitación, como de aquellas referidas a la comunidad toda en la que está inserta. Muchas empresas basan su credibilidad social en el cumplimiento de la legislación vigente y cuando maximizan el beneficio económico, sin embargo, el real sentido de la responsabilidad social consiste en la integración voluntaria de los temas sociales y medioambientales junto con los económicos. Es decir, una empresa responsable es aquella que se gestiona de manera sostenible, buscando el acuerdo de sus grupos de intereses e integrando en su gestión estos tres campos de actuación. Por tanto, si queremos generar reputación y confianza, es necesario diferenciar y no confundir ambos conceptos, más aún ante la actual coyuntura de crisis económica. No resulta legítimo para la sociedad que una empresa aporte cierta cantidad de valores a organizaciones de la sociedad civil, si dentro de su empresa no es capaz de garantizar la seguridad laboral de sus trabajadores. Por ello, el empresario debería entender la diferencia entre acción social y RSE. Es mejor dar los pasos convenientes hacia la responsabilidad social y comunicarlos a todos los grupos de intereses, buscando el diálogo y la aceptación; No pensar en términos de conquista sino de convivencia.

El gran reto que tenemos que asumir los educadores al formar futuros empresarios es enseñarles a aplicar Responsabilidad Social, y llegar a la opinión pública con una comunicación de la de las acciones que se están realizando dentro de la empresa para que la acción social pueda ser vista y apreciada como parte de la responsabilidad corporativa. Tenemos que esforzarnos por desarrollar una tarea docente que fomente una actitud de superación creadora, con conciencia, educando a un ser libre, responsable, honesto, comprometido, inspirándole en los más altos valores de la ética. Aquella ética que nos indica lo que hay que hacer, aquello considerado socialmente como bueno, porque el cometido de la ética es la mejora de la sociedad y de la vida de las personas, sobre la base de valoraciones morales que nos ayuden a privilegiar no solo lo que es sino lo que debe ser lo moral referido más a las actitudes que a las normas. Como dijera Fernando Rielo ⁽¹⁴⁾ “el afecto, el amor, la aceptación y la decisión que el educador comparte con su educando son las características infalibles que pueden llevar la formación integral, no solo del educando, sino también del educador, al mejor puerto seguro”. Dominar procesos pedagógicos, psicológicos y socioafectivos facilita la tarea formadora de profesionales

con competencias intelectuales y morales que promuevan una sociedad más justa, que empiece con el ejemplo en el aula, con un docente universitario con actitudes éticas, que ejercite el diálogo con sus estudiantes, que posea humildad al enseñar a que el alumno también la tenga y la aplique al momento de aprender. Un docente que al respetar la libertad de pensamiento de sus educandos, asumiendo una actitud reflexiva y crítica, actitud de servicio en preparación constante con apertura al cambio e innovación, fomente el espacio para el pensamiento crítico. Docentes que siendo justos en la evaluación de los aprendizajes de nuestros estudiantes, tomamos en cuenta su proceso de estudiar, calificando con coherencia entre los objetivos de aprendizaje definidos y los criterios de evaluación tomando en cuenta los aspectos cognitivos y la evolución del alumno. Evaluar algo más que la cognición, es decir otros aspectos de la educación, formación y adquisición de valores morales y éticos, relacionados a la responsabilidad social y su proyección profesional. Enseñarles a pensar en la materialidad, funcionalidad y sustentabilidad del producto o servicio, tomando en cuenta los más altos cánones de calidad a la hora de diseñar, proyectar, producir, y comercializar. Podemos poner como ejemplo el taller de reciclado de indumentaria, programa Estimulo/Estimula, actividad de la ALADI junto a Vamos a Hacerlo Argentina y la Asociación Argentina de la Moda en la Sociedad Estimulo de Bellas Artes ubicada en Ramos Mejía, en la Provincia de Buenos Aires, donde los diseñadores de indumentaria, y estudiantes de moda, y todos aquellos que desde el lugar del saber hacer, y del deseo de aprender, participaron de la propuesta, poniendo en práctica la filosofía de la recuperación de materiales sobretodo textiles ⁽¹⁵⁾, y luego de las sesiones de práctica propusieron una muestra temática con los proyectos desarrollados, dando consistencia a la cooperación en la plataforma de encuentro interinstitucional. La Asociación Latinoamericana de Diseño enmarca estas actividades en su plataforma de cuidado del medioambiente, como signataria desde el 2000 del Programa de Producción Limpia de PNUD de Naciones Unidas. Modelba, la Asociación Argentina de la Moda y la Confederación Panamericana de Profesionales de Alta Costura, también, han adherido al Acuerdo Ciudadano con la Tierra (firmado en el marco de la Campaña Internacional del Acuerdo Ciudadano con la Tierra, el día 24 de Enero de 2009 en la ciudad de Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina), en la necesidad de tomar conciencia colectiva de la importancia del AGUA como recurso vital para nuestro planeta ⁽¹⁶⁾ y que desde nuestro pequeño lugar hagamos nuestro aporte para cuidarla, no malgastarla y concientizar a nuestros pares de esta realidad para poder cambiarla. El diseño aporta prácticas y gestiones necesarias al desarrollo sustentable. La realidad indica que con el desarrollo de buenas prácticas sartoriales concientizando a los estudiantes y profesionales se pueden lograr resultados significativos, ya que por falta del capital técnico que aporta el oficio incluso para el reciclado y reposición de avíos utilizados en la manufactura de las prendas, muchos no han tomado debida cuenta de la importan-

cia de generar un cambio en la manera de discontinuar telas que no se usan por ejemplo y convertirlos en parte del armado interior de sus prendas o darles un destino diseñado.

En coincidencia con esta propuesta mencionada, el trabajar institucionalizados hizo la diferencia.

Diseño y Producción Limpia pilares de todo plan estratégico empresarial

El Programa Federal de Producción Limpia y Consumo Sustentables ⁽¹⁷⁾ es una estrategia de gestión empresarial que integra la dimensión ambiental con un enfoque preventivo y de administración eficiente de recursos, que tiene la finalidad de reducir riesgos, mejorar el cumplimiento legal y aumentar la competitividad de las empresas. La Producción más Limpia nos obliga a instrumentar la optimización de procesos pensando en el uso eficiente de materias primas (para no tener desechos en exceso) y bajar los costos operativos, por lo que genera una buena propuesta de negocios que revisa el esquema interno de la misma empresa.

A partir de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente realizada en Río de Janeiro en 1992, ha aumentado la tendencia de establecer marcos jurídicos para la política ambiental que permitió establecer algunos criterios básicos para orientar la acción del gobierno y de la sociedad a fin de promover la estabilidad, que requieren las políticas de Estado, de las cuales la política ambiental no es ajena.

El programa de Producción limpia y competitividad empresarial (PPLYCE) orientado a la conservación y ahorro de materias primas, insumos, agua y energía y a la reducción y minimización de la cantidad y toxicidad de emisiones y residuos, busca la implementación de una estrategia de gestión ambiental y empresarial preventiva aplicada a procesos, productos y organización del trabajo que se traduce en sustentabilidad, eficiencia y competitividad. Las empresas que más crecen son las que más invierten en diseño. El diseño es capaz de aportar beneficios cuantitativos y cualitativos en empresas de cualquier sector.

El diseño entendido como visión estratégica extiende esta función como inversión de futuro. El diseño, correctamente gestionado, constituye una fuente de ventajas competitivas, una eficaz metodología para la innovación de productos y procesos y un factor de rentabilidad económica en cualquier sector. El diseño se está convirtiendo en pilar de todo planteamiento estratégico, mientras que hasta hace poco diseño era sinónimo de estética y modernidad, los retos actuales son otros.

Desarrollo sostenible vs. Sostenibilidad

La globalización ha dado como resultado nuevas oportunidades y desafíos para las empresas, frecuentemente dejando en segundo lugar las barreras tradicionales como territoriales o el tamaño de una empresa. También, en este nuevo contexto, el rol de los gobiernos nacionales se ha visto afectado, y es, cada vez, más difícil actuar de modo aislado del resto del mundo. Esta nueva circunstancia exige a las empresas innovar y trabajar de una forma nueva, en un entorno de cambio constante,

en el que los grupos de interés tienen una importancia creciente, sobre sus actividades, especialmente en clave de sostenibilidad. En lo que respecta al Desarrollo sostenible, hay dos enfoques para definir “sostenibilidad”; Uno se enfoca en el sentido de la palabra “sostener”, por lo que “sostenibilidad” significa poder continuar a lo largo del tiempo. Esta definición, sin embargo, no capta el sentido de intranquilidad o urgencia que la mayoría de las personas sienten sobre cualquier cosa etiquetada como “in-sostenible”. Otro tipo de definición es sobre todas las actividades que realzan el desarrollo humano en el más amplio sentido. Otro origen de confusión es que los términos “sostenibilidad” y “desarrollo sostenible” se usaron en un principio en relación al medio ambiente. Ahora los términos se utilizan para referirse a las dimensiones sociales y económicas. Quizás la primera vez que el término “desarrollo sostenible” vio la luz fue en 1987, en el Informe Brundtland elaborado para la ONU ⁽¹⁸⁾. En este informe, el desarrollo sostenible fue definido como aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones. En aquel entonces el informe implicó un cambio muy importante en cuanto a la idea de sostenibilidad, principalmente ecológica, y a un marco que unido al contexto del desarrollo económico y social. Este informe, en parte, dio pie a lo que hoy podemos llamar responsabilidad social empresarial o corporativa, con un énfasis especial en que las organizaciones tienen que ser respetuosas con temas medioambientales y sociales, además de generar beneficios económicos para sus accionistas ⁽¹⁹⁾. El desarrollo sostenible exige un replanteamiento tecnológico radical, y requiere de una mayor y mejor capacidad humana para lograr un aprovechamiento adecuado de los recursos naturales, la sustitución de tecnologías industriales dañinas para el ambiente por nuevas tecnologías ambientalmente limpias. Un dato no menor, las ventas de ordenadores, teléfonos y televisores crecen un 20% cada año. Actualmente se venden cada año en el mundo alrededor de 130 millones de computadoras, y la tendencia del mercado a la producción de equipos portátiles ha hecho que sea elevadísima la cantidad de pilas que se consumen. En Abril de 2007, la empresa Gartner, consultora de investigación de las tecnologías de la información (con sede en Stanford, EEUU) estimó que los productos y servicios TIC suponen el 8% de la electricidad consumida en la Unión Europea-UE. Se prevé que en 2020 el 45% de la electricidad consumida en los hogares provendrá del uso de equipos TIC. En el sector agropecuario nacional, el diseño ha empezado a cambiar la realidad del campo con el cambio hacia una agricultura más productiva y que no degrade los suelos ni contamine las aguas, y para seguir en esa línea se requieren entre otras acciones prioritarias, de conocimiento tecnológico avanzado y de personal altamente capacitado, diseñadores que estén a la altura de entender el paradigma, que se replica en cada sector de la geografía económica en la que tenemos que empezar a poner el foco. Pensar en el desarrollo sostenible con responsabilidad desde la escuela. Es trascendental enseñar a nuestros estudiantes a trabajar en equipos interdisciplinarios, para que tengan la experiencia de convivir con pensamientos diver-

sos y cumplimentar acciones conjuntas. Aprender a ver la gestión de la diversidad desde el aula para aplicarla luego en su vida laboral como una de las claves de la empresa responsable, para mejorar el clima de trabajo. Aprovechar la riqueza cultural para dar respuestas a problemáticas diversas en una sociedad compleja como la que nos toca vivir, cada vez más cambiante, inestable, y en crisis, permite que en la formación de equipos multiculturales se atiendan de manera más efectiva a clientes diversos, con el objetivo de sensibilizar en materia de igualdad de oportunidades y conciliación, y avanzar en la construcción de una identidad de empresas de calificación B.

Modelos de gestión que aplican RSE: empresas B, programas, acuerdos y certificaciones de calidad

El nuevo paradigma de hacer negocios que está conquistando el mundo empresarial, son las empresas B, que no buscan ser las mejores sino que el lema de estas empresas es “Ser las mejores para el mundo”.

Este tipo innovador de forma de emprender se caracteriza por la transparencia en la búsqueda de soluciones sustentables a los problemas sociales y ambientales desde el negocio mismo, sin perder de vista la rentabilidad y generando un impacto positivo en la sociedad. De hecho son empresas muy atractivas para muchos inversores e incluso se integran a las cadenas de valor de grandes empresas atrayendo talentos profesionales y nuevos consumidores.

Las empresas B, o empresas sociales, tienen una lógica muy distinta al clásico modelo de emprender sólo para ganar dinero, pues ponen el foco y misión en generar beneficios sociales y ambientales y cuentan con una certificación que garantiza el cumplimiento de dichos estándares, sin renunciar a funcionar como empresas, lo que significa ser eficientes y tener utilidades, pero no olvidan que tienen un objetivo primario, relacionado con el bien común. Existe la concepción de compartir preocupaciones en la afectación del medio ambiente para no superar la capacidad de la Tierra de regenerarse; es Negocio con tendencia Planetaria, que considera temas como las emisiones de carbono, la consecuencia directa del negocio, reconstrucción del tejido social con mejora permanente revisando ese avance, con transparencia, buscar que la sustentabilidad sea contagiosa, ocuparse de construir un destino común desde la multisectorialidad, la cooperación, compartir una investigación regional de evidencias para ser previsible.

Tenemos casos interesantes que nos permiten analizar esta conciencia empresarial de aplicación de RSE como por ejemplo DCE Ingeniería, empresa especializada en diseño, proyectos y construcción de Data Center, que está participando en el programa de Responsabilidad Social Empresaria EMPUJAR (Empresas Unidas por Jóvenes Argentinos). El programa EMPUJAR busca fomentar el desarrollo integral de los jóvenes estimulándolos a adoptar nuevos hábitos, actitudes de convivencia y de ciudadanía; con el fin de recobrar el sentido de la “cultura del trabajo” y favorecer su plena inclusión socio laboral. Ahora Uds. se preguntarán cómo funciona el proyecto, pues bien, los Centros de capacitación funcionan dentro de las empresas. Las empresas par-

ticipan activamente en el programa de capacitación a los jóvenes, brindando clases y actividades específicas. Los alumnos provienen de un grupo de escuelas cercanas a las empresas sedes. El grupo de alumnos está a cargo de una docente que acompaña el trayecto de la capacitación y es el referente principal e inmediato para los jóvenes (cada alumno recibe un mentor/tutor quien también lo acompaña presencialmente una vez por mes y en forma virtual de manera constante ²⁰). El programa recibió ya la vista de voluntarios de empresas como Bolfilm, Biotay, Saporiti, EHS, Shoss, Wahelcom, Startex, Texcom, en clases de logística, seguridad e higiene, herramientas de informática, formación personal y paneles de historias de vida.

Otro caso es el de una importante cadena de supermercados como Carrefour, en el marco de su programa nacional de Responsabilidad Social Empresaria, cuando busca contribuir a la reinserción laboral de personas de más de 40 años, adhiriendo al programa "Yo Trabajo"; También Kimberly-Clark, empresa especialista en el desarrollo de productos descartables para la salud, la higiene y el cuidado personal a nivel mundial, lanzó su Programa de Jóvenes Profesionales 2013, con el objetivo de identificar y atraer talentos para sumarlos durante la segunda mitad del año ⁽²¹⁾. Michelin, compañía de neumáticos (que este año cumple su primer centenario en Argentina - "100 Años de Presión Correcta") realiza un programa de prevención vial que busca generar conciencia en los conductores, brindando asesoramiento gratuito en los puntos más importantes del país ⁽²²⁾. También INEBA, el Instituto de Neurociencias de Buenos Aires al cumplir sus primeros diez años de asistencia en el campo de la neurología y la psiquiatría realiza el evento en el MALBA llamado MENTES CREATIVAS. Este evento fusiona neurociencias, arte, creatividad y solidaridad. Lo recaudado tiene como destino la subvención de investigaciones, becas de capacitación profesional, actividades comunitarias gratuitas y consultorías a organismos públicos y privados en Buenos Aires ⁽²³⁾.

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura - FAO ⁽²⁴⁾ da un ejemplo clave a nivel internacional con el curso a distancia sobre programas de alimentación sostenible en Guatemala, Nicaragua, El Salvador, Bolivia, Perú, Colombia, Paraguay, Costa Rica y República Dominicana. El objetivo es promover una reflexión conjunta sobre programas de alimentación escolar, partiendo de la experiencia del caso brasileño.

Latin American Quality Institute - LAQI ⁽²⁵⁾, en su función de consultoría y entrenamiento, controla programas de reconocimiento para estimular a las compañías para que utilicen sistemas eficaces en sus procesos, pues tiene como finalidad fomentar y apoyar la competitividad de las empresas y organizaciones latinoamericanas, promoviendo la cultura de Calidad Total, la Responsabilidad Social y el Desarrollo Sostenible, como el Comercio Justo y la Calidad Educativa y es considerado el Instituto de Desarrollo de Normas y Padrones de Calidad más importante de Latinoamérica con más de 1200 empresas y profesionales que actualmente pertenecemos a la selecta Red de Miembros de Latin American Quality Institute. Este instituto de la calidad,

desarrolla normas, procedimientos y patrones de calidad, los cuales se encuentran orientados a las diversas categorías existentes en el mercado a las cuales premia por sus estándares de calidad. Los premios Latin American Quality Awards constituyen el evento central de la organización y se desarrollan anualmente, a partir del segundo jueves del mes de noviembre durante las celebraciones del Día Mundial de la Calidad (World Quality Day), fecha creada por la ONU en 1992, reuniendo a un distinguido grupo de empresas y empresarios exitosos de América Latina en foros empresariales con la colaboración de expositores internacionales, premiándose en una ceremonia a las empresas distinguidas, en ocho materias que se encuentran sujetas a evaluación: recursos humanos, recursos económicos, servicio al cliente, gestión, planeamiento, liderazgo, trato a proveedores y estructura para la calidad. LAQI otorga certificaciones de calidad total con sus menciones a Organizational Excellence Certification in Total Quality Management (Certificación de Excelencia Organizacional en Gestión de la Calidad Total); Quality Manager (Gerente de la Calidad); Quality Assurance Manager (Gerente de Aseguramiento de la Calidad); Certificado de Miembro y Certificado Empresario del Año. LAQI, ha calificado como la institución de mayor envergadura en lo que se refiere a desarrollo de normas y patrones de calidad en Latinoamérica y es uno de los institutos de la calidad más importantes del género, en el mundo; fue elegido como aliado estratégico en la región, por parte del Pacto Global (Global Compact). Respecto al tema, algo muy significativo es que en ocasión de celebrarse en Buenos Aires el Latin American Quality Awards, me invitaron a brindar una conferencia sobre el Rol de la Instituciones en el marco del Pacto Global de la ONU presentando la ponencia en el V Quality Festival, en oportunidad de que la convocatoria se centró en la implementación de programas de sustentabilidad en la cadena de valor, y es un honor ser honrada con la premiación por la excelencia en la gestión empresarial y de promoción de la cultura de la calidad por la entidad que presido a nivel panamericano, la CONPANAC - Confederación Panamericana de Alta Costura.

Justamente en referencia a las 40 acciones más 10 que propone LAQI, entiendo que la docencia también debe enfocarse en la enseñanza de ejes comunes que nos comprometen globalmente y trabajar sobre estos principios, que enumeramos a continuación referidos a cinco estos ejes interconectados (a.b.c.d.e)

- a. Derechos Humanos; Principio N° 1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos / Principio N° 2. No ser cómplice de abusos de los derechos:
- b. Ámbito laboral Principio N° 3. Apoyar los principios de la libertad de asociación y sindical y el derecho a la negociación colectiva / Principio N° 4. Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio / Principio N° 5. Abolir cualquier forma de trabajo infantil / Principio N° 6. Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación:
- c. Medio Ambiente Principio N° 7. Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales / Principio N° 8. Promover mayor responsabilidad medioambiental / Principio N° 9: Alentar el desarrollo y la di-

fusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente:
d. Anti - Corrupción Principio Nº 10. Las empresas deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y criminalidad.

e. Principios para la educación responsable PRME (Principles for Responsible Management Education), Principio 1 Objetivo: Vamos a desarrollar las capacidades de los estudiantes para que sean futuros generadores de valor sostenible para los negocios y la sociedad en general y para trabajar por una sociedad inclusiva y la economía global sostenible.

Principio 2 Valores: Vamos a incorporar en nuestras actividades académicas y programas de estudio los valores de la responsabilidad social global como descritos en iniciativas internacionales, como el Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Principio 3 Método: Crearemos marcos educativos, materiales, procesos y entornos que permitan experiencias eficaces de aprendizaje para un liderazgo responsable.

Principio 4 Investigación: Nos comprometeremos con una investigación conceptual y empírica que permita mejorar nuestra comprensión sobre el papel, la dinámica y el impacto de las corporaciones en la creación de valor social, ambiental y económico sostenible.

Principio 5 Colaboración: Vamos a interactuar con los directores de las corporaciones empresariales para ampliar nuestro conocimiento de sus desafíos en el cumplimiento de las responsabilidades sociales y ambientales y para explorar conjuntamente los enfoques eficaces para enfrentar estos desafíos.

Principio 6 Diálogo: Facilitaremos y apoyar el diálogo y el debate entre educadores, estudiantes, empresas, gobierno, consumidores, medios de comunicación, organizaciones de la sociedad civil y otros grupos interesados y las partes interesadas sobre temas críticos relacionados con la responsabilidad social global y la sostenibilidad.

Incluimos esto principios porque entendemos que nuestras propias prácticas en el aula deberían servir para concientizar a nuestros alumnos y como ejemplo también de los valores y actitudes que transmitimos a nuestros estudiantes desde nuestra propia acción.

También tenemos que hacer mención al “Protocolo de Kioto” sobre el cambio climático, acuerdo internacional suscrito en 1997 y que entró en vigencia en 2005, que tiene por objeto reducir las emisiones de seis gases provocadores del calentamiento global (dióxido de carbono (CO₂), gas metano (CH₄) y óxido nitroso (N₂O), además de tres gases industriales fluorados: Hidrofluorocarbonos (HFC), Perfluorocarbonos (PFC) y Hexafluoruro de azufre (SF₆)), en un porcentaje aproximado de un 5%, dentro del periodo que va desde el año 2008 al 2012, en comparación a las emisiones al año 1990. Por ejemplo, si la contaminación de estos gases en el año 1990 alcanzaba el 100%, al término del año 2012 deberá ser del 95%. Es preciso señalar que esto no significa que cada país deba reducir sus emisiones de gases regulados en un 5%, sino que este es un porcentaje a nivel global y, por el contrario, cada país obligado por Kioto tiene sus propios porcentajes de emisión que debe disminuir.

Otro programa de ONU para promover el desarrollo sostenibles es el “Programa Agenda Local 21”, un plan

detallado de acciones que deben ser acometidas a nivel mundial, nacional y local por entidades de la ONU, los gobiernos de sus estados miembros y por grupos principales particulares en todas las áreas en las cuales ocurren impactos humanos sobre el medio ambiente.

Es también trascendente que a partir del 11 de junio de 2004, los 1.000 participantes en la Cuarta Conferencia Europea de Ciudades y Pueblos Sostenibles, Aalborg+10, adoptaron los “Compromisos de Aalborg” como declaración de la conferencia y representantes de 110 gobiernos locales firmaron el documento diseñado para reforzar los esfuerzos locales en materia de sostenibilidad y para revitalizar la Agenda Local 21.

Todos estos elementos son centrales en las carreras de diseño, si queremos hacer un aporte a la construcción de un mundo sostenible desde la educación, para que nuestros estudiantes como futuros dueños de empresas decidan practicar la responsabilidad civil, considerando el medio ambiente en comunión con las utilidades de las mismas, y en función de ayudar a personas que se encuentran en dificultades, creando nuevos puestos de trabajo, difundiendo la cultura del dar, y del saber hacer con programas de capacitación e inclusión, concientización y campañas de reciclaje, en contraposición a otros individuos que dejando de lado la importancia de sostener una empresa en el tiempo, prefieren ir a la quiebra o desmembrarla, y no les interesa fundirla con las causales que ello implica para todo su personal.

Decimos esto porque volviendo al tema del éxito y a la vinculación con el campo laboral, detectamos una falta de pertenencia por parte de los jóvenes en el proyecto de empresa familiar también (donde la continuidad en actividades de industrias y comercio es fuertemente afectada), pues en la búsqueda de un camino individual que rompa con la tradición de su entorno, los resultados de esta elección conllevan a una falta de herederos para emporios de negocios que podrían ser exitosos, y varios de los que sobreviven, quedan a la merced de herederos sin talento para terminar fundidos en manos de nuevas generaciones.

Liderar el cambio a través de la cultura, el conocimiento y una visión ética de la profesión, sumando la importancia de la innovación y la conectividad entre individuos nos lleva al rescate de la “cultura del trabajo”, el “saber hacer” y “El don” como lo expresa el antropólogo Marcel Mauss, para el cual “el origen de la vida en común, es el espíritu del don, la trilogía inseparable de dar, recibir, y cambiar”. Por lo tanto, tenemos que recoger los pedazos de la sociedad posmoderna con el pegamento de la gratuidad y el antiutilitarismo. Consideramos que la alternativa al paradigma de la sociedad de consumo basado en un crecimiento ilimitado, es una sociedad de convivencia, que ya no esté sometida a la ley del mercado único que destruye la raíz del sentimiento del lazo social, (que es la base de toda sociedad), que nos identifiquemos con ciudadanos responsables y en parte el cambio está en manos del diseñador, como hacedor de respuestas.

Pensando un Diseño de innovación

Cuando hablamos de innovación no sólo debemos centrar el interés sobre el producto, sino también poder

aplicar la innovación en el sistema productivo, operativo, gerencial, para hacerlo más competitivo, interviniendo en cambios sustanciales en los procesos de fabricación, comercialización y distribución.

Los recursos financieros destinados por la empresa para hacer investigación son los que estimulan la innovación, motivados por el aumento de la productividad de las empresas.

La innovación está siendo prioridad en la agenda social de muchos países, regiones y ciudades en el mundo y en nuestras latitudes, en 2013 se ha llevado a cabo la Primera Cumbre Latinoamericana de Innovación en la ciudad de Santiago de Chile, realizada mediante la colaboración del Institute for Large-Scale Innovation (ILSI) y el gobierno de ese país, reuniendo a un grupo de actores claves en la agenda latinoamericana de innovación y permitir su colaboración durante y después de la cumbre de manera permanente para crear alianzas entorno a la innovación y mejores prácticas y generar así una visión estratégica hacia su aplicación. John Kao ⁽²⁶⁾ Presidente del ILSI, es uno de los líderes actuales de Innovación, ha enseñado esta materia durante más de una década en la Escuela de Negocios de Harvard y realizado cuatro cumbres de innovación anteriormente, que han involucrado a los líderes de innovación del Grupo i20 (el i20 se reunió el año 2011 en Washington DC en colaboración con el departamento de Estado de Estados Unidos y la Oficina de Ciencia y Tecnología de la Casa Blanca). Kao como tantos otros, están abriendo un nuevo universo en la capacitación.

Sin embargo, retomando lo que decíamos al principio, la innovación debe poner el foco en la sustentabilidad para pasar a instancias superadoras en la proposición de soluciones diseñadas. Muchos se creen disruptivos basándose en la cultura de diseñar productos mejores, más rápido y más baratos. Pero esto no significa que sean disruptivos. El elemento disruptivo es quien marcar una ruptura brusca. Por lo general el término se utiliza en un sentido simbólico, en referencia a algo que genera un cambio muy importante o determinante como puede ser la creación de un ordenador personal, del teléfono inteligente, la Web social, todos, representan un hecho totalmente disruptivo en la sociedad contemporánea.

Una tecnología disruptiva es una innovación que genera la desaparición de productos o servicios que, hasta entonces, eran utilizados por la sociedad. El término fue popularizado por Clayton Christensen, profesor de Harvard Business School, en su libro "The Innovator's Dilemma" (El dilema del innovador), donde explica que "las tecnologías disruptivas llevan una nueva propuesta de valor a un mercado, diferente a cualquier otra propuesta previamente disponible. Por lo general, las tecnologías disruptivas suelen ofrecer productos inferiores a los existentes en los mercados dominantes. Pero tienen otras características valoradas por clientes marginales". Según el autor, las características de un negocio disruptivo en sus etapas iniciales pueden ser: un menor margen bruto, un nicho de mercados más pequeños y productos y servicios más simples que pueden resultar no atractivos frente a soluciones existentes. Cuando el producto es introducido por primera vez, probablemente no apelará al mercado dominante, pero los usuarios

incipientes que valoren la nueva propuesta, irán aumentando y atrayendo más consumidores gradualmente.

La aplicación de nueva tecnología aparece como un avance y hace que todo lo viejo resulte precario o inferior en cuanto a sus prestaciones. Una innovación disruptiva es una innovación que ayuda a crear un nuevo mercado y buscando satisfacer las necesidades de los futuros consumidores. Seguramente también podemos afirmar que influye en la cadena de valor, modificando paradigmas. Ambos aspectos de forma combinada son los que provocan una ruptura brusca, desplazando la tecnología anterior, debido a la aplicación de innovaciones que mejoran un producto o servicio de formas inesperadas para el mercado, primero diseñándolo para un nicho de clientes diferentes en un nuevo mercado, y luego bajando los precios en el mercado existente. Esto, a su vez, captará la atención del mercado dominante y resultará en un posible cambio en la percepción del valor de la innovación. Con tiempo, el mercado dominante acabará reconociendo la superioridad del producto o servicio innovador. Este cambio de percepción resultará en el reemplazo del producto o servicio y, por ende, en la disrupción del mercado existente. En resumen, la innovación disruptiva es la introducción de nuevas tecnologías, productos y servicios, en un esfuerzo por promover el cambio y superar a los competidores. En este contexto, la palabra disruptivo no significa interrumpir ni causar desorden, más bien, significa reemplazar. Y para ello que mejor que nuestros futuros diseñadores lo hagan desde el lugar del conocimiento, con Diseño. Por esta razón insistimos en la necesidad de formar a nuestros estudiantes en los conceptos éticamente responsables, para que no respondan a las necesidades por sólo diagnóstico, o catapultándose a la fama sin pensar en la funcionalidad y materialidad del producto.

Cuando uno mira el universo de las empresas, especialmente de las PyME, no siempre aplican innovación, Marcelo Berenstein, conferencista internacional sobre temas de emprendimiento, liderazgo e innovación y autor del libro "201 Mensajes para Emprender y Liderar", dice que lo fundamental para tener éxito en una empresa, y distinguirse de las demás es generar innovación, sin embargo, advierte que en muchas ocasiones la innovación es rechazada por los mismos directivos, que prefieren seguir trabajando de la manera tradicional, a la que están acostumbrados y con la que han obtenido frutos y les cuesta cambiar. Por eso, asegura que si se quiere que la empresa o negocio tenga el éxito que merece, es necesario evitar quedarse encerrados en viejas prácticas, encapsulados en ideas, actitudes y suposiciones, que ocurre cuando los equipos de trabajo no se toman el tiempo para analizar, y actualizar su metodología de trabajo, y siempre actúan de la misma manera. Es preciso dar el salto cualitativo hacia la exploración de nuevas ideas o formas diferentes de hacer las cosas; Jugar a no perder. Esto es muy habitual en empresas con un marcado liderazgo en el mercado, que prefieren la protección de los activos corrientes en lugar de definir y ejecutar la estrategia centrada en el futuro e invertir en innovación. Otro error es no comunicarse con los clientes, si no tengo la capacidad de escucha seguramente tomaré decisiones equivocadas o no del todo certeras (de ahí que

marcaremos más adelante la importancia de un buen liderazgo, incluso compartido con visiones masculinas y femeninas). Si la empresa no está hablando con los clientes, significa que tampoco está escuchando. Y si no está escuchando, es sólo cuestión de tiempo antes que cuando diga algo, ya no sea relevante. Es habitual que también se cuente con un único grupo destinado a la innovación. En muchas compañías, un equipo o departamento pequeño se encarga de la innovación, pero ésta requiere una combinación de habilidades y talentos de todas las áreas de la organización. Y claramente se hace necesario enfrentar y convivir con los fracasos, sin embargo la mayoría de las organizaciones no toleran el fracaso. La innovación va en sentido inverso al fracaso y muchas veces es directamente proporcional.

Otra cuestión recurrente es no tener una mentalidad de líder para innovar. Con demasiada frecuencia, los intentos de innovar se producen como respuesta a una nueva entrada en el mercado o la innovación en un competidor. Averiguar y enseñar a los clientes donde quieren y tienen que estar en los próximos seis meses, un año y hacerlo primero debería ser la prioridad. En muchos casos las empresas que buscan proteger su éxito, por lo general hacen cambios muy sutiles en su política de contratación, en vez de incorporar nuevas ideas y nueva energía (insertar por ejemplo la figura del diseñador en su cadena de valor). Se rehúsan a contratar personas por su capacidad para “entrar y comenzar a ejecutar.” Mientras que los empleados necesitan disponer de las capacidades y habilidades para descubrir, evaluar y ejecutar las mejores ideas.

Si no se invierte el tiempo y dinero en desarrollar esas habilidades constantemente, no se puede esperar un proceso de innovación continua. La clave está en la formación y adquisición de nuevas habilidades por parte de los empleados. Por eso hablamos de la formación permanente a lo largo de toda la vida.

Otro hecho significativo es visible cuando el éxito comienza a desaparecer, entonces los directivos comienzan a menudo a buscar una nueva idea, producto o servicio que salvará a la empresa, este es otro de los grandes y frecuentes errores que conllevará a un fracaso estrepitoso. La innovación siempre debe ir enlazada directamente con la estrategia, y qué mejor que empezar a aplicarla desde la escuela, pues en la universidad se forman los futuros empresarios, funcionarios, investigadores, docentes, altos cargos gerenciales, dirigentes políticos, etc., por ello, en la medida en que consigamos que estos futuros trabajadores se formen como emprendedores e innovadores en todos los ámbitos, estaremos contribuyendo a la construcción de una sociedad formada y dirigida por emprendedores y basada en la innovación.

La creación de empresas innovadoras y de base tecnológica es uno de los motores del crecimiento socio-económico de cualquier región, sin embargo, para que estas empresas existan, debe haber emprendedores con una idea de negocio que surjan del seno de la escolarización. La difusión de la cultura emprendedora en el seno de la universidad y a todos los niveles de la misma (enseñanza-aprendizaje, investigación, administración y gestión), representa una estrategia que favorece la con-

tribución económica y social de la universidad de forma realmente efectiva hacia la comunidad.

Según la encuesta realizada por Accenture ⁽²⁷⁾ a 519 empresas en más de 12 sectores de la industria en Francia, el Reino Unido y los Estados Unidos, muestra que el 51% de las empresas participantes reportan un mayor financiamiento para la innovación, así como el 93% de los ejecutivos encuestados dijo que el éxito a largo plazo de la estrategia de su organización depende de su capacidad para innovar. A su vez, el 70% tiene a la innovación entre las cinco principales prioridades de la compañía. Pero pese a dicho compromiso, el estudio revela una disminución en la satisfacción con los resultados de la innovación en comparación con los resultados de un estudio similar realizado en 2009 y las principales razones de este deterioro reflejan que los resultados de la innovación son muchas “actualizaciones” de productos en lugar de ideas creativas, y demasiadas “invenciones” frente al reto de la comercialización a gran escala. Un 74% de los encuestados dijeron que se centran en la línea de extensiones de producto en lugar de grandes ideas. A su vez, la proporción de ejecutivos que eran propensos a identificar la introducción de una nueva categoría de producto como un objetivo primario para la innovación se redujo desde un 42% a un 27%. El 46% de los ejecutivos dijo que su compañía se había vuelto más reacia al riesgo al considerar nuevas ideas. Además, sólo el 46% de las empresas tenía un enfoque eficaz y global para el desarrollo e introducción de nuevos productos o servicios, y el 64% de ellos tienden a seguir la línea de extensiones de producto, más que el desarrollo de productos totalmente nuevos o servicios. El estudio de Accenture muestra que las empresas que han institucionalizado los sistemas de gestión de la innovación formal, en comparación con aquellos que no lo tienen, son casi dos veces más propensos a decir que estaban muy satisfechos con sus habilidades iniciales de generación de ideas (43% vs 24%). Adi Alon, director gerente en el Accenture Innovación y Desarrollo de Productos, sostiene que “la innovación puede funcionar mejor cuando existe un sistema formal para agilizar los procesos, gestionar los riesgos y extraer los datos necesarios para generar nuevos productos, servicios y modelos de negocio para impulsar el crecimiento”.

Liderazgos compartidos; lograr la paridad de género

Lograr la paridad de géneros es un tema sumamente interesante de abordar, pues existe la presunción de que no hay mujeres exitosas con logros que podrían mostrarse en el campo del diseño (vemos que aún no se ha convocado a ninguna dama con precedencia en la mesa de invitados de honor al Encuentro Latinoamericano de Diseño por ejemplo) y estoy segura que no es que no las hubiere, sino que no son visibles mediáticamente.

El neuropsicoeducador Ruben Szych sostiene que “La mirada de la mujer complementa la mirada del hombre y viceversa” y a nivel gerencial contar con ambas visiones permite considerar aspectos que serían ignorados si se prescindiera de alguna de ellas. En su libro “Obedezca con queja o protagonice su futuro” dice que: “para garantizar que un proyecto tenga viabilidad hace falta pasar del oír -que es un acto fisiológico- al escu-

char. No son sinónimos. Escuchar es un acto voluntario que hay que entrenar. Pero, sin embargo, no es ninguna garantía de entender. Y entender no es ninguna garantía de aceptar“, y realmente puede pasar que uno pueda entender y sin embargo no estar de acuerdo porque oír, escuchar, entender y estar de acuerdo, no es sinónimo de saber hacerlo. Por eso en un proyecto o trabajo o tarea no se trata de sexo sino de garantizar que la persona que está ocupándose del tema sepa hacer las cosas con sapiencia. Es decir, esta conceptualización está directamente relacionada con el papel del líder. Szych indica que “líder es aquella persona que es capaz de salir de su propio ombligo”. Que puede, quiere y sabe escuchar. Es un ejercicio, una construcción que se realiza durante toda la vida. Incluso Carlos Sterin que es el coautor de este libro que acabamos de citar indica que, un verdadero líder es “un hombre normal, que tiene los pies en la tierra, que tiene valores, que escucha y que tiene una real capacidad empática; que además acciona y busca soluciones sin perder el tiempo” y que, incluso, “sabe que es necesario correr riesgos”. Porque, “el peor riesgo es no tomar ninguno”. Seguramente el gran riesgo para muchos es tener una mujer en los sitios de decisión y gestión, y... habrá que pensar en reverlo.

Provocando un cambio desde la cultura y con una educación de calidad.

Por eso la propuesta de este análisis es invitarlos a que diseñemos espacios educativos para erradicar la deserción escolar, la violencia, la ignorancia, y toda estigmatización.

Las aspiraciones hacia una educación de calidad, van más allá de las decisiones del currículum, y de las buenas intenciones de los docentes, es un deber instalado en la sociedad del conocimiento, que requiere de un soporte diseñado de estrategias dirigidas a la solución de problemáticas de aprendizaje, que afectan a nuestros jóvenes en su desempeño, y las prácticas no siempre demuestran que las buenas intenciones conduzcan a este logro, si no hay acompañamiento de toda la Sociedad en su conjunto.

El rol de la educación juega un papel trascendental en el logro de la vinculación intersectorial, la Escuela precisa sumar la participación de la Sociedad Civil y el Estado, para elaborar proyectos que mejoren la calidad de vida de los individuos, y generen espacios de debate sobre la Sociedad que esperamos concebir para las próximas décadas, con generaciones que evolucionarán a un ritmo vertiginoso. Es preciso que la enseñanza-aprendizaje tenga en nuestras aulas un espacio de reflexión para pensar y reconocernos como personas desde los valores humanos, el diálogo intercultural, el respeto por la diversidad, en convivencia con otras religiones y creencias para celebrar la diferencia en virtud de la tolerancia y comprensión de la disparidad y pluriculturalidad que el desafío global, nos pone de manifiesto angostando fronteras, y compartiendo costumbres e identidades, confirmando que la cultura no se transmite solamente por transferencia de conocimientos y experiencias sino que se comparte por una relación interpersonal y se construye desde cada uno en común unión con otros. Recordemos la trivía docente-alumno-tarea, ya que son

las aulas con experimentación quienes representan un espacio próspero para el aprendizaje. Sentirte satisfecho con algo más que tu propio ego, es buscar una trascendencia y el crecimiento, y esto llega cuando existe la reflexión en el aula. Es importante recuperar el espacio lúdico en la enseñanza; La espontaneidad del niño que tenemos en nuestro interior es clave para el descubrimiento del mundo.

La globalización y su flujo de cerebros nos llevan a aprender a interactuar con culturas distintas y a aprender de la convivencia en la diversidad.

Un tema que muchos de nosotros estamos profundizando en los albores de esta segunda década del siglo XXI es el nuevo paradigma del “multiculturalismo”⁽²⁸⁾, y desde las organizaciones de la cultura y en el marco de Equilibrium Global (comunidad de actores culturales en un espacio de proximidad entre el ciudadano y la agenda política internacional) en conjunción con el ámbito diplomático, y los sectores de la cultura, y estamos trabajando en el desarrollo de un concurso sobre el concepto de multiculturalismo, considerando que el mundo acrecienta su perfil multiétnico, multireligioso y pluricultural, y el desafío de una convivencia pacífica se basa en este pilar que ha nuestro entender facilita el diálogo para la paz. Justamente comparto en esta ocasión, el honor y el orgullo que representa, que el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires seleccionara la definición de mi autoría sobre multiculturalismo, publicándola, y en la cual expreso la siguiente síntesis: “El ser humano enfrenta un gran desafío, el de coexistir con múltiples culturas, diseñando un mapa global que invite a la sociedad a compartir conocimiento, lenguajes, costumbres, tradiciones, creando escenarios de intercambio y de entendimiento, donde el diálogo intercultural nos permita generar el acercamiento de culturas promoviendo la cooperación, el respeto, la tolerancia y el desarrollo de las regiones del mundo, en una aceptación por lo diferente y sobretodo la multiplicidad religiosa, la diversidad cultural y las distintas etnias. Reivindicar la cultura, es el poder que los ciudadanos tenemos para identificarnos y hermanarnos, comprendiendo que en la diversidad intercultural está la mayor riqueza de la humanidad, constructora de una Paz Mundial, donde aseguramos la existencia sostenible de nuestra especie, en armonía y equilibrio, celebrando y reconociendo la diversidad. El desafío de una convivencia pacífica está en las manos de ciudadanos comprometidos con la realidad global, que sensibilizados en el concepto del multiculturalismo empiezan a ver el mundo más allá de su propia identidad, construyendo el tejido intercultural.” De esta forma aseguramos una convivencia pacífica en términos de encuentro y de diálogo intercultural que permiten un entendimiento que nos comunica desde la identidad cultural y desarrolla un crecimiento pensando en la sustentabilidad del vínculo.

Conclusiones

Tomando en cuenta la investigación desarrollada tomamos los puntos claves que nos parecen relevantes:

Objetivos del Milenio: La agenda internacional de los próximos años estará marcada por dar por concretado los Objetivos de Desarrollo del Milenio y la elabora-

ción de la nueva Agenda de desarrollo post-2015, que dirigirá los esfuerzos para que todos disfrutemos de un mundo mejor.

El diseño y la gestión empresarial están llamados a entenderse, al menos la parte del diseño que se preocupa más de lo conceptual que de lo material y la parte de la gestión que “diseña” empresas centradas en sus usuarios. Por ello, necesitamos un profesional obligado e inmerso en el tejido cultural, capaz de comprender y plasmar ideas, conceptos, imágenes con las síntesis de preguntas, un individuo que se plantee el porqué de las cosas y proponga soluciones. Por esta razón planteamos analizar la forma de provocar un cambio desde la cultura, recuperar conductas éticas y ver la crisis como una oportunidad, y a la tecnología como una aliada, innovando en la gestión empresarial con la inclusión de la figura del diseñador/a en el tejido social y productivo como transformador de las empresas y del sector industrial, desde la visión de la aplicación de la RSE o mejor dicho la responsabilidad civil, generando empleo para nuestros estudiantes latinoamericanos.

Financiamiento de proyectos productivos: Es inútil todo lo que podamos hablar, pensar y desarrollar desde el Diseño si no se cuenta con proyectos nacionales para el desarrollo de los sectores productivos: Una crisis es una oportunidad de crecimiento, por tanto deberíamos aprender de ellas. Hace falta implementar medidas financieras para apoyar el desarrollo con programas de acceso fácil a las líneas crediticias y pronta aplicación, por medios honestos y que tengan un control del destino de los fondos. Inversiones verificadas y comprobables, con transparencia en la gestión. Dar paso a la Innovación: Si nos remitimos a los textos antiguos se habla del futuro como algo desolador, y no como una consecuencia de pensar diferente y en esa proyección de la mente, idear el mañana. Esta concepción el pensar de manera fatalista impide pasar a proyecciones novedosas, porque lo desconocido nos asusta, en vez de conmovernos ante la posibilidad de accionar sobre él, y hacer algo diferente. Allí es donde la innovación se hace presente, cuando planteamos las razones para crear un objeto que no existe, al identificar una necesidad y en consecuencia idear algo que pueda solucionar el problema. No se trata de satisfacer el ego propio de dar a luz un producto para mostrar que eso existe aunque en verdad no sirva de nada: Eso no es diseño. Paolo Bergomi (Presidente de ALADI) sostiene que: “el diseño es una confluencia de interdisciplinas, por ende los diseñadores en constante conflicto con ingenieros, arquitectos y artistas, deberíamos de aprender a convivir con las tecnologías de la ingeniería, con el manejo de volúmenes y espacios de la arquitectura, con el manejo de las formas y los cromatismo de los artistas plásticos, es decir, deberíamos armonizar y sumar voluntades para ser aliados de las demás disciplinas, siendo preciso proponer la integración en la tarea del proyecto, trabajar en equipos”. En base a ello, la ventaja de visualizar las acciones en el tiempo, permite una proyección más segura para obrar en consecuencia. Liderazgo: Cada uno somos responsables de nuestros propios actos y vivificar la imagen del éxito dependerá en gran parte de cómo accionemos ante

la adversidad del camino que hemos elegido. Imaginar un futuro a mediano y corto plazo es posible, si uno es capaz de encontrar una meta, hallar el camino para recorrerla y analizar al transitarlo, si el punto de equilibrio entre lo deseado y la realidad se ajusta al paradigma de la verdad que deseamos alcanzar. Con efectividad y con originalidad, pensando en la forma de involucrar a los diferentes actores de este paradigma, para comprender que en el trabajo en red es viable una interacción, que nos beneficia a todo el conjunto con el análisis de todas las miradas y todas las vertientes, entendiendo que en la diversidad está nuestra mayor riqueza, la vinculación del sector educativo con las entidades y centros de diseño de toda América Latina, proporciona una gran oportunidad de generar espacios de intercambio y puesta en valor del diseño, ya sea a través de muestras, ferias, exposiciones, congresos, concursos y pasarelas. En estas reuniones paralelas al aula los temas amplían el currículum y avanzan sobre otros como el turismo, innovación social, tecnologías de la información, recursos naturales, entre otros. El tema es entender la forma de efectivizar la cooperación en esta unión y participación privada y pública; la figura del emprendedor social con modelos económicos viables apoyados por el estado; comprender el sector empresarial y la sociedad en su conjunto y plantearse que necesitamos innovación para ser más competitivos. Hacer una apuesta a quienes están pensando en la sociedad responsablemente con proyectos, donde los gobiernos pueden hacer visibles los riesgos para que las personas con visión acerquen soluciones, con políticas de estado (es decir políticas públicas) que lleven adelante acciones reales en agricultura, ganadería, pesca, turismo, servicio, de tratamiento de aguas, turismo vivencial de las comunidades, turismo rural, micro empresas capacitaciones. Pensar en alianzas, programas a largo plazo para que aumente la clase media en el futuro y no seguir fabricando generaciones de pobres. Desde el diseño entendemos que las innovaciones que se transformen en un bien sostenido requieren de una acción vinculante entre sociedad civil y estado, empresarios, gobiernos locales y emprendedores sociales. Para que hubiere inversión en tecnología se necesita el conjunto de políticas, programas y planes que tanto el Estado como las empresas, universidades e institutos de enseñanza y los organismos y asociaciones nacionales e internacionales elaboren para el desarrollo, investigación e innovación, creando infraestructuras científicas y tecnológicas. La sociedad del conocimiento interactúa en redes y el saber se globaliza y multiplica contenidos, pero no siempre es cooperante entre los individuos, creando una dependencia de la herramienta que anula las capacidades de interacción más allá de ellas. Entendemos que la gestión social del diseño es una oportunidad excelente para nuestros jóvenes egresados. Para ello, identificamos que es preciso formar capital humano sensible a las realidades de un mundo globalizado y con capacidad de visión crítica, con el objetivo de insertarse en un universo de cosmovisiones con responsabilidades sociales y medio ambientales. Ejercer la práctica profesional en conectividad con reciprocidad, con sensibilidad para resolver los problemas

de la comunidad. El valor agregado es saber trabajar con equipos interdisciplinarios, viendo la competencia desde el punto de vista global, en una economía planteada en bloques estratégicos, es necesario educar a nuestros estudiantes para insertarse al mundo en empresas que desarrollen acciones conjuntas para lograr resultados exitosos que beneficien a su región de pertenencia.

Creemos fundamental una formación que estimule la imaginación y la actitud crítica. Así como rever los tipos de liderazgo, para un manejo adecuado del lenguaje básico de las diferentes áreas, la captación de la esencia de los problemas, la definición y orientación del proceso para que el equipo encuentre las soluciones posibles a la problemática o anomalía del espacio o situación estudiada, y lidere efectivamente con equipos mixtos. Ciertamente, una gestión calificada del capital humano representa una ventaja competitiva para la empresa y también una oportunidad de superación para los aspirantes a diseñadores pues en su capacidad técnica y potencial creativo encontraremos el factor diferencial al producir con diseño.

Un diseñador necesita saber argumentar, por tanto requiere desarrollar su lingüística para comunicar ideas. Un argumento es la expresión lingüística de un razonamiento. El razonamiento lógico al que se arriba luego de un estudio de un caso, es un proceso que partiendo de uno o más juicios deriva en la validez, la posibilidad o la falsedad de otro juicio distinto. Esto permite la toma de decisiones, y es fruto del conocimiento adquirido; sin conocimiento no hay diseño.

El diseño se está transformando en un servicio que genera muy bajos márgenes de ganancia a quienes lo practican; a la hora de contratar un diseñador, la principal variable de evaluación es el precio: se está convirtiendo en un “*commodity*”. Sin embargo, las organizaciones más exitosas basan sus estrategias de marca en lograr valor a través del atractivo que producen, justamente, el diseño y el pensamiento creativo.

Incluir al diseñador en el tejido productivo como actor de transformación para industrias y empresas que trabajan con responsabilidad civil, generará empleo a nuestros estudiantes para liderar el cambio.

Un universo posible a través de la cultura, el conocimiento y una visión ética de la profesión.

La importancia de la innovación y la conectividad entre individuos. Entender las necesidades del sector proyectista emprendedor industrial. Por delante, el desafío es la Calidad, para lo cual es preciso trabajar en “Programas de mejora de la calidad de vida” para dotar a nuestros estudiantes y a la comunidad del conocimiento, de actitudes, valores y habilidades que les permitan mejorar la calidad de vida como individuos y como miembros de la comunidad (EEPEA-CE volumen IV). Por ello decimos que es preciso la alfabetización y acceder a una educación de calidad con inclusión como meta de este milenio porque la alfabetización es un derecho humano y constituye la base de todo aprendizaje y resulta esencial para erradicar la pobreza, reducir la mortalidad infantil, frenar el crecimiento demográfico, lograr la igualdad de género y garantizar el desarrollo sostenible, la paz y la democracia.

Seguramente nuevas inquietudes darán pie a nuevos análisis para pensar e idear caminos que diseñen nuevos horizontes y por eso es que compartimos estas reflexiones.

Notas

1. Filosofía del Pragmatismo americano, trabajos y biografía de Charles S. Peirce, William James y John Dewey <http://www.slideshare.net/GerardoViau/pragmatismo-pierce-james-dewey>. Política, democracia y pragmatismo en la filosofía de John Dewey <http://www.saap.org.ar/esp/docs-congresos/congresos-saap/VII/programa/paneles/a/a6/garcia-vila.pdf>
2. Emprendedor es un término derivado de la palabra francesa Entrepreneur y es comúnmente usado para describir un individuo que organiza y opera una empresa o empresas, asumiendo un riesgo financiero para hacerlo. (Fuente Wikipedia)
3. Jacques Delors es un político europeo de nacionalidad francesa y presidente de la Comisión Europea entre 1985 y 1995 que realizó un importante estudio para la UNESCO (1998). Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el siglo XXI: Visión y Acción. Conferencia Mundial sobre la Educación Superior, del 5 al 9 de octubre de 1998, Recomendamos leer http://www.unesco.org/education/pdf/DELORS_S.PDF
4. La UNCTAD es un laboratorio de ideas que brinda apoyo a los países en desarrollo en materia de comercio, de inversiones y de financiación. Creada en 1964 como órgano subsidiario de la Asamblea General de las Naciones Unidas, es la única organización de las Naciones Unidas que se ocupa de todos los asuntos relativos al comercio y al desarrollo. Más información ingresando a <http://www.un.org/spanish/events/unctadxii/UNVISTAZOALAUNCTAD.pdf> - La UNCTAD maneja unos 250 proyectos y programas con la finalidad de ayudar a los países en desarrollo a participar de manera más activa en la economía mundial en cuestiones relativas al comercio, la inversión y el desarrollo. En la actualidad, la UNCTAD tiene 194 países miembros y su sede está en Suiza, y es miembro del grupo de ONU para el desarrollo
5. Historia del sistema estatal de ciencia y tecnología http://cyt-ar.com.ar/cyt-ar/index.php/Historia_del_sistema_estatal_de_ciencia_y_tecnolog%C3%ADa
6. Ley Nro. 23.877 de Promoción y Fomento de la Innovación Tecnológica. <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/277/norma.htm>. (Fuente: http://www.cic.gba.gov.ar/legislacion/ley_23877.htm)
7. Se presentó en Santa Marta en el congreso de ALADI de 1993 en Colombia
8. En busca de la frontera sin fin - Ensayos sobre el MIT y el rol de las universidades de investigación de Charles M. Vest / Cátedra UNESCO-ONU “Historia y Futuro de la Universidad - Colección de Educación Superior editada por la Universidad de Palermo.
9. Ver Pág. 4 del informe de la Secretaría de Estado de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva http://electroneubio.secyt.gov.ar/Argentina_Science_Statistics_2005.pdf
10. <http://www.mincyt.gov.ar/destacado=73>

11. Se recomienda leer desde la página oficial los lineamientos y objetivos del plan <http://www.argentinainnovadora2020.mincyt.gob.ar/?p=97>
12. Innovar: <http://www.innovar.gob.ar/>
13. Clúster: Michael Porter define la palabra clúster, como aquellas concentraciones de empresas e instituciones interconectadas en un campo particular para la competencia
14. El legado espiritual y cultural de Fernando Rielo abarca una rica bibliografía, en parte publicada y en mayor parte inédita, en la que se conjugan la mística, la filosofía, el ensayo y la poesía. Su sistema de pensamiento y su creatividad literaria giran en torno a su concepción genética del principio de relación sobre la cual ha impartido numerosas conferencias en organismos, universidades y centros culturales internacionales, como la ONU, la OEA y la UNESCO; en universidades de los Estados Unidos como Georgetown University, The Catholic University of America, Martin Luther King Memorial Library (Washington); Saint John's University, LaGuardia University, The Roosevelt House, Fordham University (Nueva York); Villanova University (Filadelfia), etc., y en otras universidades y centros culturales y diplomáticos de Hispanoamérica, Estados Unidos, Francia, Italia y España.
15. El 25% de los residuos urbanos tienen esta procedencia. Los costos de indumentaria inciden en forma importante en la canasta familiar.
16. El "Agua", un derecho humano innegociable. Autor Cristina Lopez <http://impulsocultural.wordpress.com/2011/12/27/253/>
17. Programa Federal de Producción Limpia y Consumo Sustentable <http://www.undp.org.ar/programa/Proyectos/ARG08015.html>
18. http://www.eoi.es/wiki/index.php/Desarrollo_sostenible_en_Responsabilidad_Social_y_Sostenibilidad_Empresarial
19. El informe realizado por una comisión de distintas naciones fue encabezado por la doctora Gro Harlem Brundtland. El título original del informe fue Nuestro Futuro Común (Our Common Future, en inglés).
20. El mentor es quien trabaja en el proceso de intermediación laboral con ese joven en la segunda etapa del curso.
21. Programa Jóvenes Profesionales; <http://www.covernews.info/portal2/?p=41464>
22. Micheln programa de RSE <http://www.covernews.info/portal2/?p=41512>
23. INEBA <http://www.covernews.info/portal2/?p=41514>
24. FOA <http://www.fao.org/home/es/> ver el programa mencionado en <http://bit.ly/1cnxICU>
25. LAQI (<http://laqi.org/>)
26. Apodado como "Mr. Creativity" por la revista The Economist, ha creado varias empresas en áreas tan diversas como la biotecnología y gestión de la innovación. Autor de los destacados libros "Innovation Nation" y "Jamming - The Art and Discipline of Business Creativity", destaca por sus constantes apariciones en prensa por temas de innovación y creatividad.
27. http://www.accenture.com/SiteCollectionDocuments/Local_Spain/PDF/Memoria-2012-interactiva.pdf

28. Concepto Multiculturalismo <http://conceptomulticulturalismo.wordpress.com/2013/04/16/el-concepto-de-multiculturalismo-desde-el-prisma-del-ciudadano/> Los invito a escuchar y ver el video institucional que hemos realizado desde el portal comunicacional de Equilibrium Global con el apoyo de la Universidad Abierta Interamericana, de Conexión Abierta y la Fundación Ciudadanos del Mundo sobre el Concepto Multiculturalismo, en el cual tuve el honor de conceptualizar y poner la voz, en oportunidad de celebrarse la jornada mundial por el "Día Internacional de la Diversidad Cultural". <http://www.youtube.com/watch?v=pdlBXRMLiLE>

Referencias bibliográficas:

- 4tas. Jornadas de Diseño y Tecnología.* Acta de la 20ª REUNION. (V) CEPRODI. Disponible en: http://www.elpaispyme.com.ar/cartas_detalle.php?id=16
- Actas de Diseño* Nro. 8, 10 y 11, 14 y 15 - Universidad de Palermo
- Bernatene, M., Molinari, G., Muraca, T., Mter. Ungaro, P.; Canale, P. *Vivir con un emprendimiento. Indicadores para evaluación integral de áreas administrativas, de relaciones laborales, diseño, producción y desarrollo local.* Disponible en: http://www.proyectaryproducir.com.ar/?page_id=14
- David, Fred. *La gerencia estratégica.* Ed. Legis. Bogotá. 1990.
- Día mundial del agua.* Disponible en: <http://diamundialdelagua.wordpress.com/2009/03/12/hello-world/>
- Diseño para la gestión ambiental.* Disponible en: <http://www.milanolaplata.com.ar/ambiente/sga2.pdf>
- Cartas pedagógicas.* Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=yPtBrZ9V890>
- Educación, formación y capacitación para un diseño sostenible con identidad latinoamericana.* página 75 a página 83 en Reflexión Académica en Diseño y Comunicación N° XIX.
- Freire, P. *Última entrevista a Paulo Freire.* Traducida y subtitulada al español en 1997
- Gardner H., Csikszentmihalyi, M. y Damon, W. (2002). *Buen trabajo: Cuestión de excelencia y ética.* New York: Basic Books.
- Knowing Knowledge George Siemens,* (2006) cambios del conocimiento y formas de aprender.
- Lopez, C. *Construyendo el tejido intercultural.* Disponible en: <http://conceptomulticulturalismo.wordpress.com/2013/03/26/construyendo-el-tejido-intercultural-cristina-amalia-lopez/>
- Lopez, C. *Contribuyendo a formar líderes en el siglo XXI* - página 40 a página 47 en Reflexión Académica en Diseño y Comunicación N°XVIII.
- Reflexión Docente en Diseño y Comunicación. *Miradas hacia la educación pensando en la profesionalización del diseñador.* Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista_detalle_articulo.php?id_libro=456&id_articulo=9238
- Sterin, C. y Szych, R. *Obedezca con queja o protagonice su futuro: Cómo superar la autolimitación de editado por Del Nuevo Extremo*
- Sun Tzu. (1990) *El arte de la guerra.* Ed. Kier. Buenos Aires.

Yang, J. (Profesor adjunto de Gestión de Operaciones.) Escuela de Negocios Universidad del Sur de Misisipi y la Costa del Golfo. U.S.A. Disponible en: <http://www.minetur.gob.es/Publicaciones/PublicacionesPeriodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/362/123.pdf>

Zurbriggen, C. *El institucionalismo centrado en los actores: una perspectiva analítica en el estudio de las políticas públicas* - Universidad de la República, Uruguay / Revista de Ciencia Política Volumen 26 del 2016 pag. 67 a la 83. Disponible en: http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-090X2006000100004&script=sci_arttext

Abstract: We propose to analyze how to cause a shift from the culture, recover ethical behaviors and see the crisis as an opportunity, and technology as an ally, acting from training centres and to innovate in business management with the inclusion of the figure of the design professional in the social and productive fabric as a contribution to the necessary change of paradigm, the companies and industry, with the vision of the application of CSR, or rather of civil responsibility and total quality.

The goals not only are enough ideas, creativity, talent and applied knowledge to design, but the harmony of the group with their knowledge and experiences, a good team that makes up human capital, with access to tools and materials that make the logistics of a project and above all have the means suitable, investment financing and management to get as high as you want to go.

Keywords: design - innovation - ethics - creativity - culture - sustainability - synergy - success - social responsibility - teach invaluable.

Resumo: Propomos analisar como causar uma mudança de cultura, recuperar os comportamentos éticos e ver a crise como uma oportunidade e a tecnologia como um aliado, agindo a partir de centros de formação e de inovação em gestão de negócios, com a inclusão da do design profissional no tecido social e produtivo como um contributo para a necessária mudança de paradigma, as empresas e indústria, com a visão da aplicação da RSE, ou melhor, de responsabilidade civil e qualidade total. Os objetivos não são apenas bastantes idéias, criatividade, talento e conhecimento aplicado para a concepção, mas a harmonia do grupo com seus conhecimentos e experiências, uma boa equipe que compõe o capital humano, com acesso às ferramentas e materiais que tornam a logística de um projeto e acima de tudo, ter os meios adequados, investimento de financiamento e gestão para chegar tão alto quanto você quer ir.

Palavras chave: design - inovação - ética - criatividade - cultura - sustentabilidade - sinergia - educar em valores - responsabilidade social - sucesso.

^(*)**Cristina Amalia Lopez:** Especialista en Protocolo Diplomático, Oficial y Ceremonial en las Relaciones Públicas, Humanas y Sociales. Docente en la Universidad de Palermo en la Facultad de Diseño y Comunicación.

A buen entendedor muchas palabras.

Laura Banfi ^(*)

Fecha de recepción: agosto 2013

Fecha de aceptación: octubre 2013

Versión final: diciembre 2013

Resumen: El universo lingüístico que poseemos cada uno es un verdadero tesoro de pensamiento y de acción. El vocabulario y la capacidad de comunicar ideas utilizándolo son dos claves para el desarrollo social, tan importante como los recursos económicos o de cualquier tipo. Empobrecer el lenguaje es empobrecer el pensamiento.

Palabras clave: lenguaje - comunicación - expresión - pensamiento - desarrollo social - riqueza discursiva - vocabulario - empobrecimiento discursivo.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 48]

Roberto Fontanarrosa hizo un memorable discurso en el Congreso de la Lengua, en el año 2004, sobre las malas palabras. Allí, y de forma sobradamente inteligente, el escritor y humorista propuso una relectura de las malas palabras. Y de alguna manera pidió “una amnistía” de las llamadas malas palabras porque las consideraba necesarias, incluso hasta imprescindibles. Para él, las malas palabras tienen la justeza de hacer expresar una idea en su matiz preciso. Tenía razón: las palabras no pueden ser malas ni buenas, son justas para lo que se busque decir o comunicar. Nadie puede decir “diantres” o “maldito sea” cuando se golpea el dedo pequeño

del pie con una pata de silla, ni sería lo mismo decir, en un embotellamiento de tránsito, “sos un estúpido”. El listado y los ejemplos podrían seguir, pero el punto es que la palabra (en este caso las llamadas “malas”) define un sentimiento, una comunicación, una idea.

El problema comienza (y termina) cuando es solamente ese puñado de malas palabras las únicas que se convierten en fuerza expresiva. Y no hay nada más. En serio. Las tecnologías de la comunicación y sus novedosos dispositivos han transformado la escritura. Hoy tiende a ser breve, resumida, acompaña el ritmo vertiginoso de las comunicaciones instantáneas como el *chat*. Todo