

sociales, desde la energía renovable al reciclado, desde los espacios públicos al turismo, desde la gastronomía al consumo orgánico son solo algunos temas que por su escala, complejidad y diversidad profesional requieren un Director de Proyecto de Diseño. El Director interviene en áreas complejas de la sociedad que exceden la formación de un Diseñador especializado en un solo campo.

Por eso el Director de Proyectos de Diseño que forma la Universidad de Palermo es el líder imprescindible que piensa, analiza, crea, planifica e implementa soluciones a través de la coordinación de profesionales y gestión integrada de equipos de diversos campos del Diseño y Negocios con Tecnología Digital.

Para los Consejeros

La reflexión sobre esta propuesta comenzó durante el desarrollo del primer Plenario 2019 en ocasión de la presentación, y debate, del proyecto del Posdoctorado Multidisciplinario en Diseño.

Se habló en ese momento sobre la actual oferta de carreras de Diseño de la Facultad de Diseño y Comunicación que es la más amplia entre las instituciones universitarias de Argentina y América Latina. (Títulos de Carreras en el campo de Diseño que ofrece la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo: Diseño Gráfico, Diseño Editorial, Diseño de Imagen Empresaria, Diseño de Packaging, Diseño Publicitario, Diseño Industrial, Diseño de Interiores, Diseño Textil y de Indumentaria, Diseño de Imagen y Sonido, Diseño de Joyas, Diseño de Calzado, Diseño de Mobiliario, Diseño Fotográfico, Maestría en Gestión del Diseño, Doctorado en Diseño y varios Ciclos de Complementación Curricular)

En aquel Plenario se mencionó que cada uno de estos son títulos específicos de un campo bien recortado y determinado del quehacer profesional y disciplinar del Diseño actual. Y se comenzó a desarrollar el debate sobre si hay un espacio de formación universitaria en Diseño más amplio, abarcador y generalista que las carreras actuales que está ofreciendo la Facultad. Se habló sobre la necesidad y/o posibilidad de instalar en el campo universitario una nueva carrera con estas características. Reflexionando sobre cuál sería, el objeto de estudio en esta nueva carrera.

Fue a partir de las ideas que surgieron en aquel Plenario, que elaboré la propuesta de creación de la Licenciatura en Diseño con la que comienzo esta presentación al Consejo para avanzar y profundizar el debate que comenzó en aquella ocasión. Para escuchar opiniones sobre algunos de los temas detallados en el párrafo anterior y sobre la oportunidad, factibilidad y proyección de este nuevo emprendimiento curricular.

La consulta a los miembros del Consejo Asesor está orientada hacia cuáles pueden ser los campos de aplicación de esta nueva carrera, los proyectos que realizan los estudiantes, el perfil de los docentes, el contenido y el nivel de profundidad en el conocimiento y ejercitación en las asignaturas-talleres de diseño.

Pensar sobre si el perfil del egresado debería estar orientado hacia el emprendedorismo o hacia la inserción empresarial- institucional o sostener ambas perspectivas y por lo tanto pensar sobre el foco y el recorte temático,

disciplinar y profesional, de las diferentes asignaturas que conforman la Carrera.

Rediseñar todo, incluso al diseñador

Gabriel Arcieri

Si hacemos un análisis histórico desde los años 80 a la fecha, en Argentina, el rol del diseñador ha ido evolucionando, atravesado por la revolución digital al mismo tiempo que el rol del diseño como propuesta de valor diferencial fue teniendo cada vez más relevancia. Esto nos permitió ir creciendo en nuestra profesión, teniendo la obligación de continuar nuestra formación sobre todo en el campo digital, adquiriendo herramientas tecnológicas propias del diseño y su aplicación, como los productos de Adobe, herramientas de producción digital como Macromedia y tantas otras, para poder ofrecer soluciones integrales a nuestros clientes en áreas impensadas hasta esos años como el diseño web. Con el correr de los años, la velocidad y avance tanto de la tecnología como de los nuevos medios, nos obligó a tener que incorporar otras herramientas vinculadas a la distribución de contenido digital, a la publicación de piezas gráficas en medios tanto impresos como digitales y ya entrados los años 2000, posterior al Y2K, aprender a convivir en nuestro trabajo de diseñadores con profesionales del área de sistemas.

Sin dudas ya se percibía un cambio muy importante en nuestra profesión, al trabajar en equipos multidisciplinarios y donde el rol de un director de proyecto se hacía cada vez más evidente.

La pregunta recurrente era: ¿Existe un diseñador capaz de abarcar todas las áreas? ¿Se puede estudiar diseño web? ¿Existe la carrera de diseñador digital o multimedia? ¿Puede un diseñador dirigir una empresa?

De estas preguntas y relaciones con profesionales de otras disciplinas, el desafío estaba planteado. Nuestra profesión se iba enriqueciendo y a su vez, el campo de acción era y es cada vez más amplio.

Empezar a tener en cuenta al consumidor como eje central de nuestro trabajo, analizar cada vez más variables en una era de la información que se hacía sentir fuerte y la gran cantidad de datos que se reunían, era el próximo desafío. Estos datos que debían ser almacenados y analizados para lograr mejores resultados, requería de la contratación de expertos en base de datos y en *business intelligence*.

En este punto, los estudios de diseño comenzaban a trabajar ofreciendo múltiples servicios y de alguna manera, los diseñadores que lo integrábamos, debíamos manejar múltiples variables, múltiples herramientas y por sobre todas las cosas, manejar la convivencia multidisciplinaria. La necesidad de adquirir herramientas de Management se hacía cada vez más necesaria ya que los estudios se habían convertido en empresas de diseño. Y la producción, asociada directamente a la visualización de nuestro diseño, obligó a muchas empresas de producción gráfica a asociarse con empresas de diseño,

concentrando cada vez más la actividad en grupos empresarios de diseño y producción. Lo mismo ocurrió con las empresas de producción digital y de medios, así como las nuevas agencias de publicidad digitales, produciéndose de este modo un cruce de profesiones que fueron dando perfiles de nuevos diseñadores, lo que nos obligó a repensar en la formación de nuevos profesionales.

Herramientas como *AdWords*, *Analytics*, *MailChimp* y otras se incorporaron rápidamente al vocabulario en las empresas de diseño.

Ya avanzada la década del 2.000, las redes sociales se hacían sentir fuerte como nuevos medios y las App's pasaban a ser las nuevas páginas web. Empezar a hablar de UX y UI pasó a ser algo corriente en los ambientes de diseño y las plataformas de *e-commerce* tenían cada vez más presencia en nuestras vidas. El mirar a empresas como *Amazon*, *eBay* o *Mercado Libre* abriría nuevas oportunidades laborales ya que algún profesional de diseño debía poder realizar los trabajos de visualización y puesta en pantalla de todos aquellos elementos necesarios para la comunicación y para lograr la conversión de los consumidores.

Al ir adquiriendo nuevas herramientas y habilidades, nuestra relación con nuestros clientes fue siendo cada vez más estrecha, abarcando más áreas de sus empresas, construyendo vínculos de confianza a través de la escucha de sus problemas y la oferta de soluciones que podíamos brindarles, eficaces y de calidad. En este punto, era prioritario adquirir herramientas blandas que nos podía aportar el *Coaching*, hoy muy de moda, así como herramientas de *Management* para poder llevar a buen puerto a nuestras empresas y a nuestros clientes. Escucha activa, *bussines intelligence* o modelo Canvas de Osterwalder dejaron de ser una novedad para pasar a ser herramientas de uso diario. Los diseñadores entramos de lleno en el mundo de los negocios.

Las preguntas en este punto eran: ¿Somos diseñadores? ¿Somos hombres de negocios? ¿Ambos? ¿Nuestro rol había cambiado tanto? ¿La evolución era la correcta?

Un concepto que comenzó a modificar nuestra visión de negocios fue cuando la empresa IDEO, hoy liderada por Tim Brown, comenzó a hablar no solo de diseño de productos y servicios sino de diseño de experiencias. Y así nace el HCD (*Human Center Design*), un concepto donde el cliente, nuestro cliente, el consumidor, es el centro de la escena. Y nosotros debemos estar preparados para escucharlo, comprenderlo, acompañarlo y brindarle soluciones. La metodología del *Design Thinking* pareciera ser la respuesta.

¿Hicimos este ejercicio con nuestros alumnos? ¿Sabemos que es lo que quieren y piensan? ¿Sabemos qué necesitan? ¿Podemos ayudarlos a resolver su vocación? Y es aquí donde desde la Universidad, con el planteo que se nos hace en cuanto al desarrollo de una nueva carrera, podemos hacer nuestro aporte como docentes y como profesionales del diseño y de los negocios.

Nueva carrera de diseño

Considero que esta nueva carrera debe apoyarse en 4 ejes temáticos: Diseño, Tecnología, Coaching y Management.

El nuevo Diseñador debe ser un gran influenciador de las personas y las empresas, en un mundo globalizado y de cambio constante, marcando el camino a seguir en función de las necesidades de los consumidores.

Los futuros alumnos deberán trabajar sobre proyectos integrales de resolución de problemas aplicando la metodología de *Design Thinking*. Debemos estimular su creatividad, enseñarles a escuchar para poder hacer preguntas asertivas que los ayuden a encontrar soluciones diferentes y que puedan aportar múltiples caminos para posibles soluciones.

Nuestro cuerpo docente debe ser variado y multidisciplinar, con amplios conocimientos en las 4 áreas mencionadas anteriormente.

El contenido debe adquirir un nivel de profundidad tal que pueda ser aplicado inmediatamente por el alumno, y que pueda percibir que lo aprendido es su herramienta de valor diferencial tanto para ofrecer sus servicios de forma independiente como en relación de dependencia. En una época donde nuestros alumnos tienen poca empatía con la lectura de textos, considero importante acercarles material en formatos diferentes como videos o audiolibros.

El perfil de nuestro egresado debe ser el de un diseñador-empresario capaz de poder llevar a cabo proyectos de principio a fin, ya sea en una empresa o como emprendedor de sus propios proyectos.

Este nuevo profesional egresará en el año 2.023 y seguramente encontrará nuevos desafíos y problemas que deberá resolver y está en nosotros como docentes y mentores, el de impulsarlo para que pueda disfrutar de su trabajo habiendo encontrado su vocación, que tenga desarrollada su capacidad de escucha para poder realizar las preguntas correctas en el momento indicado, la capacidad de liderazgo para poder llevar a cabo hasta el final los proyectos en los que estuviere involucrado junto a un equipo de profesionales de diversas áreas y que pueda aportar inspiración, creatividad y soluciones para lograr el éxito de sus clientes, que sin dudar, también será el suyo. Seguramente la inteligencia artificial será tema de conversación permanente y debe estar preparado para afrontar este desafío tecnológico.

Si hoy tuviera 18 años, sin dudas, esta es la carrera que elegiría para estudiar.

Diseño en el Aula: una Alianza para el aprendizaje

Débora Belmes

La Universidad de Palermo propone la creación de una nueva carrera, la Licenciatura en Diseño. Esta carrera vertebrará su currícula entre dos ejes básicos: el del Diseñador y el del Director de Proyectos en Diseño. La propuesta busca que los egresados posean las herramientas necesarias para interactuar con la complejidad y variabilidad que los nuevos escenarios del mundo del trabajo portan. Revisar y evaluar los contenidos vinculados al Diseño señala el interés de la Universidad de Palermo por sos-