

- Puede generar para las empresas el Diseño del Plan de Marketing.
- Puede desempeñarse como Perito en Diseño en Tribunales Nacionales, para todos los litigios que ameriten un experto en Diseño que se expida sobre determinados conflictos, por ejemplo en apropiaciones indebidas, plagios o falsificaciones.
- Puede hacer docencia universitaria en otras instituciones nacionales o extranjeras.

Los caminos profesionales que el proyecto genera

Respecto de la empleabilidad de estos nuevos egresados es innegable que el sello DC-UP es garantía de calidad y excelencia, destacándose los Licenciados como Directores de Proyectos de Diseño ya que es una figura profesional novedosa.

Pensando ahora en el perfil profesional del egresado, si va por el emprendedorismo o sobre la inserción empresarial, volvemos al tema de no focalizar, sino propender a la mirada generalista, es decir, sostener las dos posturas, y que el alumno seleccione su camino, en el camino.

Aquí es dable aclarar que pese a estar a favor de no focalizar el conocimiento, es factible que el alumno luego de cursar sus asignaturas y seminarios tenga un “matiz” en su preparación que lo acerque a una temática específica, particular y singular. Es por eso que se piensa que el ideal de la titulación de la Licenciatura en Diseño, es que tenga un core (general para todos los cursantes), y paralelamente un minor con el color local adquirido en sus estudios. Este criterio es válido tanto para el Diseñador de Producto como para el Licenciado en Diseño, las dos terminales de los estudios propuestos.

A nivel personal, auguro un formidable éxito a esta nueva propuesta.

Licenciatura en Diseño. Dominio de lo técnico y atención a lo comercial para enfrentar los desafíos emergentes

Ariel Katz

La creación de la carrera de Licenciatura en Diseño por parte de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, tiene el potencial de incorporar un programa que busque formar profesionales como un perfil generalista. Referirse al enfoque general de esa carrera de ninguna forma implica definirla de una manera poco específica. Tiene más que ver con la necesidad de responder a las necesidades de los futuros egresados que seguramente requerirán enfrentar desafíos profesionales complejos, cambiantes, cada vez más globales, y seguramente menos identificados de manera unívoca con una sola orientación específica del diseño. A partir de su punto de vista multifacético, el Licenciado en Diseño puede constituirse en un agente de innovación, interpretando de manera amplia y tomando partido de las nuevas tendencias del mercado con una mirada técnica multidisciplinaria.

En este punto, es relevante destacar que innovación puede definirse como el producto entre invención y co-

mercialización. Esta definición fue propuesta por Bill Aulet (2017), conocido referente en temas de innovación y de *entrepreneurship*. Se desprende entonces que:

Innovación = Invención x Comercialización

La fórmula utiliza un producto (y no una suma), ya que si existiera invención pero no pudiera comercializarse, no existiría innovación. De manera opuesta, se puede tomar un invento realizado por un tercero y con adecuada comercialización, convertirlo en una innovación en el mercado. Abundan los ejemplos al respecto, sin embargo, exceden los alcances del presente escrito (p. 8 - 9).

Aulet (2017) señala que “la capacidad de comercializar un invento es necesaria para que haya una auténtica innovación. Por lo tanto, un emprendedor es sobre todo un agente de comercialización” (p. 9). De esa forma, queda explicitada la necesidad de un enfoque práctico que incluya la comprensión de amplia variedad de problemáticas relacionadas no solo con el diseño y la tecnología, sino también con el mundo de los negocios y lo respectivo a las nuevas tendencias y problemáticas emergentes globalmente. Comenta también que “la innovación no se limita a la tecnología, ya que puede venir de muchos sitios: de la tecnología, de los procesos, del modelo de negocio, de la forma de posicionarse, entre otros” (p. 9). Es esa multidisciplinariedad que va a caracterizar al Licenciado en Diseño la que pueda darle una mirada técnica en los diferentes campos de diseño, integrando esos conocimientos con las tendencias sociales, de consumo y comercialización, de cuidado medioambiental y otras, de manera de afianzar a ese profesional en su rol de agente de innovación.

Extendiendo los límites de lo señalado anteriormente, la actuación profesional del Licenciado en Diseño no tiene por qué estar limitada a las iniciativas emprendedoras, sino que su contribución puede también ser trascendente en la vida corporativa. Por un lado, la capacidad de interpretar y actuar sobre el entorno desde un punto de vista amplio, trascendiendo las fronteras disciplinares puede constituir una competencia apreciada en el mundo corporativo. Por otro lado, la capacidad emprendedora es de creciente valor para las empresas, sobre todo para las de base creativa, haciendo que el fenómeno del *intrapreneurship* sea de creciente reconocimiento y valoración. Mair (2005) afirma que el comportamiento emprendedor es vital para cualquier tipo y tamaño de organización y que en las últimas décadas, muchas empresas tradicionales y de gran tamaño vienen incentivando el *intrapreneurship* en todos sus niveles jerárquicos (p. 49).

En lo que respecta al rol multidisciplinario y el aporte de los diseñadores en la creación de negocios, Luzardo, A., De Jesús, D. y Pérez Kenderish, M. (2017) indican:

En la actualidad, los creativos rompen los patrones con la aparición de empresas que revolucionan el mundo como Airbnb o Spotify. Estas cuentan con equipos y liderazgos de una naturaleza diferente a la conocida hasta hoy. Uno de los elementos más llamativos es el protagonismo del diseñador como fundador o cofundador de muchas de estas empresas. En Silicon Valley, según el Design in Tech Report, en

los últimos 10 años más de 27 empresas cofundadas por diseñadores han sido adquiridas por compañías como Google, Facebook, Adobe, LinkedIn, Dropbox y Yahoo, Accenture, Capital One, BBVA, McKinsey & Co. Estas han originado miles de millones de dólares en valor y han despertado el interés de grandes corporaciones e inversionistas, que ahora ven con otros ojos las capacidades de estos creativos. (p. 13).

En los ejes propuestos para la nueva carrera se proponen al diseño, los negocios y a la tecnología digital. Si bien no existe duda sobre la necesidad de los dos primeros, se plantea que el tercero pudiera ser parte de un grupo de tópicos sobre los cuales los estudiantes pudieran decidir orientar su carrera, visto que cada uno de ellos incluye una cantidad importante de contenidos. La cantidad de tópicos podría ser reducida e incluir grandes temas tales como la tecnología, el cuidado medioambiental, las tendencias de consumo, entre otras. Esta elección podría traer consigo el desafío de una frecuente actualización de contenidos, pero traería como resultado la posibilidad de ofrecer el acceso a un mayor nivel de diferenciación profesional. Es relevante aclarar que tal diferenciación podría no construirse sobre una serie de técnicas profesionales, sino que en base a la atención de una determinada problemática que atraviesa de manera general al ejercicio del diseño. Tomando por ejemplo un potencial tópico relacionado con el cuidado medioambiental, podemos encontrar una vinculación amplia y directa con el campo del diseño, atravesando los comportamientos disciplinares del mismo. Tal como afirman Sheffi y Blanco (2019), “el diseño e ingeniería que consideren el medio ambiente pueden reducir los impactos del abastecimiento, manufactura, uso y descarte del producto” y, luego comentan que “a partir de finales del siglo XX, muchos diseñadores e ingenieros de producto enfrentaron un desafío más: Mitigar los impactos ambientales reduciendo la huella, emisiones, desperdicios y toxinas de los materiales”. (p. 215). Se plantea entonces que la sustentabilidad es un objetivo que crecientemente se agrega a los tradicionales de toda empresa, pudiendo muchas veces entrar en conflicto con otros objetivos del negocio. Tiene implicancias muy importantes en todas las áreas funcionales, sobre todo en las relacionadas con el diseño.

Como ejemplo adicional, si tomásemos otro potencial tópico que se relacione con las tendencias de consumo, fácilmente se puede recurrir a una muy amplia diversidad de temas que emergen, tal vez más allá de lo netamente coyuntural. A título ilustrativo, se menciona la creciente relevancia de los pequeños formatos comerciales en los países emergentes y en las denominadas megaciudades, realidad que persiste de manera consistente, más allá de la presencia de grandes formatos de venta minorista. La relevancia de esta tendencia es analizada con gran detalle por Fransoo, Blanco y Mejía Argueta (2017). Podrían también señalarse los aspectos relacionados al aumento de la esperanza de vida y los efectos del envejecimiento de la población mundial, los cuales traerán gran cantidad de desafíos y oportunidades en lo que respecta al mundo de los negocios y sin

dudas al del diseño. Su relevancia, incluyendo por supuesto a lo que diseño se relaciona, es explicitada por Coughlin (2017).

Se desprende de los casos mencionados que se pudiera trabajar con tópicos que contengan ejes temáticos que representen problemáticas a muy largo plazo y que puedan estar presentes durante una importante parte de la vida profesional de los futuros graduados, manteniendo además cierto nivel de estabilidad en los contenidos de la carrera.

En definitiva, el Licenciado en Diseño podría ser un profesional que tenga su campo de acción de manera amplia en la denominada economía naranja. Luzardo, A., De Jesús, D. y Pérez Kenderish, M. (2017) resaltan que:

La creatividad como motor de innovación puede contribuir a la diversificación como herramienta necesaria para contar con una economía competitiva a nivel mundial basada en el conocimiento. Una de estas áreas de desarrollo es la denominada economía naranja, es decir, el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios, y cuyo valor puede estar basado en la propiedad intelectual. (p. 5).

Consecuentemente, un profesional con capacidades en varias disciplinas del diseño, con dominio de los aspectos de negocios y preparado para accionar sobre las tendencias y problemáticas emergentes en tanto en la actualidad como en el futuro, ajustará su desempeño a los retos que la economía naranja plantea, siendo un agente de innovación.

Luego de contar con la debida claridad respecto al perfil profesional al que se apunte y habiendo definido los contenidos y alcances del nuevo programa académico, se planteará la necesidad de encontrar la manera correcta de comunicar la nueva oferta a los potenciales interesados. A este respecto, es importante valerse de conceptos relativos a la diferenciación con los programas de diseño temáticos tradicionales, presentes en la oferta académica de la Institución. Reviste importancia la valorización de los nuevos espectros de actuación profesional y desafíos que un mundo cada vez más globalizado y con menos barreras interdisciplinarias plantea.

Referencias

- Aulet, B., y Del Pino, R. (2017). *La disciplina de emprender: 24 pasos para lanzar una startup exitosa (Tercera)*. Madrid: LID.
- Coughlin, J. F. (2017). *The longevity economy: Unlocking the world's fastest-growing, most misunderstood market* (First edition). New York, NY: PublicAffairs.
- Fransoo, J., Blanco, E., y Mejía Argueta, C. (2017). *Reaching 50 million nanostores: Retail distribution in emerging megacities*. CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Luzardo, A., De Jesús, D. y Pérez Kenderish, M. (2017). *Economía Naranja. Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado de <https://publi->

cations.iadb.org/publications/spanish/document/Economía-naranja-Innovaciones-que-no-sabías-que-eran-de-América-Latina-y-el-Caribe.pdf

Sheffi, Y. y Blanco, E. (2019). *Equilibrio Verde, cuando incorporar la sostenibilidad en los negocios (y cuándo no)*. 1ra. ed revisada. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Temas Grupo Editorial.

Reflexión sobre la Licenciatura en Diseño de la Universidad de Palermo

Adriana Meldini

Reflexionando sobre la propuesta de debate del Decano Oscar Echevarría, para el segundo Plenario 2019 del Consejo Asesor Académico de la Facultad de Diseño y Comunicación sobre la creación de la nueva carrera Licenciatura en Diseño, me enfocaré en los temas propuestos sobre el alcance de los campos de aplicación de la carrera, la orientación del perfil del estudiante, su salida e inserción laboral, como su desarrollo profesional independiente o dentro de una organización. Y para ello, indagaré en los conocimientos y habilidades que deba incorporar el egresado para lograr su mayor desempeño en su carrera profesional, como en el perfil de docentes que puedan aportar profundidad en cada uno de los campos, tanto disciplinar como profesional para las diferentes asignaturas que conformen la carrera.

Partiendo de la actualidad donde las palabras como diseño, creatividad, innovación y gestión comenzaron a tomar un amplio significado y dejaron de estar utilizadas de manera acotada a ciertos rasgos característicos de una persona, profesión, disciplina o industria. Creo que también la concepción de los campos de aplicación en los cuales un Licenciado en Diseño tiene oportunidad profesional debe ampliarse y expandirse.

Si lo pensamos netamente en el área del diseño en toda su extensión y la comunicación, también debemos pensar cuáles serían sus oportunidades de inserción laboral. Tomando esto como punto de partida, pienso que un Licenciado en Diseño desde ya debería considerarse como un emprendedor en el amplio sentido, ya sea fundando y llevando a cabo su propia compañía, como aspirando a altos cargos directivos dentro de una organización. En este último caso, lo que hay que plantear es en qué tipo de industrias tendría aceptación o reconocimiento este profesional, como así su potencial desarrollo y carrera vertical dentro de la misma, cuáles serían las áreas de una compañía en las que podría desarrollarse, ¿sólo podríamos plantear puestos de trabajo dentro del departamento de diseño, innovación, comunicación y marketing o también podemos pensarlo en áreas industriales o de investigación y desarrollo? ¿Cuál sería el punto de partida de un egresado de la licenciatura y cuál su máxima aspiración dentro de una compañía?

Considerando su máxima aspiración para el desarrollo de su carrera profesional, las habilidades técnicas no serían suficientes, debemos dotarlo de cualidades blan-

das de todo líder, si queremos que se convierta en un CEO o Director dentro de una compañía o de su propio emprendimiento. Entonces, además de conocimiento en las áreas del diseño en cualquiera de sus ramas, habilidades de negociación y conocimientos tecnológicos, debemos dotarlo con técnicas de liderazgo, pensamiento reflexivo y conductivo, que le brinde capacidad de observación, análisis y manejo de equipos de alta performance y expertos en su área.

Además debe tener conocimiento en administración y organización de empresas, formación estratégica de visión del negocio, capaz de integrar varias disciplinas no sólo abarcativas del diseño, sin perder su capacidad analítica y creativa, y sumando en visión proyectual de toda una compañía. Que pueda trabajar en equipos de trabajo interdisciplinarios como transversal a toda área, ya sea desde la creación de un nuevo producto o servicio hasta su logística de distribución en el mercado, o el posicionamiento del mismo frente al cliente/consumidor. Pensando incluso en prácticas de Responsabilidad Social Empresaria e implementando procesos de la transformación digital para su desarrollo y comercialización.

El perfil de los docentes en este caso debe ser por un lado con una visión orientada al negocio, con conocimientos en administración de empresas, negociación, presupuestación y finanzas. Por otro lado, docentes con expertise profesional en las distintas disciplinas del diseño desde lo audiovisual, lo gráfico, la indumentaria, lo industrial, entre otras. Y por último, docentes que puedan brindarles estrategias y técnicas para la dirección de equipos de trabajo.

Con respecto al contenido, el nivel de profundidad en el conocimiento y ejercitación en las asignaturas-talleres de diseño, creo que es importante determinar cuáles serían los aspectos técnicos y de base necesarios que hacen a cada disciplina del diseño, entender el alcance de cada una, profundizar en la parte de gestión del negocio con materias de pensamiento analítico, de procesos, económico, de negociación y ejecución de proyectos. Y por último, materias orientadas a la formación de líderes, brindándoles herramientas para formar, capacitar y gestionar equipos de trabajo de alto expertise, ya sean multidisciplinarios, donde cada rama del diseño pueda aportar a un objetivo puntual; equipos interdisciplinarios donde se implementen determinados conocimientos o habilidades de una disciplina para ser implementados en otra; como también equipos transdisciplinarios donde cada experto colabore entre sí por un objetivo en común, abarcando todos los conocimientos y habilidades de cada área.

Teniendo en cuenta este enfoque, se podrían proponer trabajos grupales con alumnos de carreras de distintas ramas del diseño para elaborar en conjunto un mismo proyecto.

Por todo lo expresado anteriormente, me pregunto si no sería entonces necesario considerar cambiar el nombre de Licenciatura en Diseño por otro más abarcativo que refleje el espíritu de visión y dirección del negocio, como por ejemplo Licenciatura en Gestión del Diseño o Licenciatura en Diseño y Negocios.