

El perfil del diseñador en Colombia

• Julian A. Ossa C.



Nuestro posicionamiento:

Posicionamiento se podría definir, según el diccionario, como: "... estado o condición de una persona", entendiendo por "estado" su situación actual.

El notable crecimiento de las diferentes corrientes mercadológicas y su visible afán por ofrecer fórmulas eficaces para lograr empresas de éxito, han traído consigo la tendencia un tanto "desbordada" de las empresas por ofrecer más y mejores nuevos productos.

Desde esta óptica podríamos clasificar en dos grupos las empresas del medio: La primera, aquellas que han tenido la posibilidad de una buena orientación en materia de Mercadeo, así como también la posibilidad de percibir el mercadeo mundial a través de viajes a ferias, eventos internacionales y que cuentan con la fortuna de recibir variada información con carácter global; a las que podríamos llamar "Alfabetizadas" (en Diseño).

Otras, que se rigen por un efecto tardío de lo que captan y perciben que están haciendo sus competidores y que además no han tenido tan acertadas orientaciones en lo que a Mercadeo se refiere, o peor aún, aunque las hayan tenido no las han sabido aprovechar; a las que llamaríamos "Analfabetas" (en Diseño).

Considerando estas dos opciones, podría decir que las posibilidades de desarrollo profesional de los Diseñadores se encuentran limitadas (por lo menos inicialmente o en este momento histórico) al tipo de empresa con que se enfrenten, lo que implica una gran responsabilidad de nuestra parte, dada la necesidad que tenemos de "alfabetizar" a los empresarios, en la riqueza metodológica y mercadológica que podría aportar un Diseñador.

Pero es ilógico pensar en un proceso de educación de los empresarios en una forma aislada. Para ello sería necesario, no solo la participación activa y decidida de los diseñadores, sino también la colaboración de las entidades educativas, culturales, gubernamentales y gremiales relacionadas con esta disciplina,

ya que mediante la generación y participación colectiva en eventos especializados, ferias, exposiciones, seminarios y demás formas de divulgación, se podrá lograr en forma más rápida y eficaz dicha “alfabetización”.

El conocimiento:

El Diseño, tanto el Industrial como el Gráfico, son campos en los que se genera conocimiento a partir de una gran variedad de disciplinas: Ciencias Sociales, Ciencias Cognitivas, Psicología, Ingeniería, Factores Humanos y ergonómicos, Ciencia, Tecnología, arte y Humanidades.

Esto es influenciado por la situación que otras disciplinas desempeñan dentro del Diseño y que constituyen una base para su propio conocimiento.

Su meta, (la del Diseño), es el Diseño o desarrollo de un artefacto, de un sistema, o la interface de relación con dichas opciones, como fuente principal de interacción. Sin embargo, los diseñadores necesitan entender: cómo ellos diseñan?, “qué” y “para quién” diseñan?, y cómo ellos implementan

la innovación en sus diseños?. En la forma más amplia y extensa posible, los Diseñadores tienen que integrar: el conocimiento del diseño y el dominio específico de un conocimiento alterno.

Por esto, se hace necesario que el profesional del diseño adquiera una preparación tan sólida desde su paso por la universidad, que al momento de desempeñar su profesión en el sector productivo, le permita ser efectivamente un factor de cambio hacia el éxito de una estructura corporativa, logrando con esto crear verdadera conciencia de la necesidad del Diseño en la industria.

Todos los “productos”: gráfico, ambiental, industrial o de moda, son el resultado de un equipo de trabajo en el cual el Diseñador juega un rol particular. En el equipo para un proyecto, diferentes tareas son asignadas a diferentes expertos, quienes se mueven por sus propias sub-tareas y por la organización interna y particular de las partes del proyecto. La integración de todas estas partes internas, se deja al Diseñador, quien debe asegurar que la interface del producto sea agradable al usuario y cuyo objetivo principal es diseñar a partir de un “concepto” y continuar su desarrollo a través del proceso productivo.

En esta etapa del proyecto, el Diseñador es visto como el experto que domina el conocimiento para interpretar las necesidades de los usuarios y para implementar sus características Psicológicas, físicas y culturales dentro de ese Diseño en particular, al mismo tiempo que integra toda la

tecnología necesaria y los requerimientos de producción. Pero ¿sabe la Universidad hoy, hacia donde va ese mercado industrial?, ¿Un mercado que por conocimiento o por moda, ha iniciado (en forma muy leve aún) la demanda de profesionales del Diseño?. Y es mas aún, ¿sabe el estudiante de Diseño a dónde enfocar sus esfuerzos durante y después de concluida la academia?, ¿Sabe realmente lo que está estudiando?. ¿Qué proyección profesional y que responsabilidad social va a tener?.

El mercado demanda, aunque suene un tanto utópico por la dimensión que se desea, profesionales con capacidad de liderazgo, con capacidad de trabajo en grupo, muy creativos, dinámicos, con capacidad de sinergia, que dominen claras metodologías de trabajo estructuradas y depuradas, que permitan al profesional ejecutar eficazmente su labor. Y consideremos que si estas demandas surgen desde la industria, es entonces necesario revisar ¿por qué están surgiendo?. Por el contrario, las empresas no necesitan profesionales que “vuelen alto” sin un adecuado plan de vuelo. Esto conlleva a una revisión del perfil profesional del Diseñador, que no debemos confundir con el perfil laboral, el cual es adoptado por cada Diseñador según su propio gusto y oportunidad laboral.

El perfil profesional demanda cada vez mas el conocimiento tecnológico de los diseñadores, ya que donde se dominan los procesos se enriquecen los productos. Pero no un conocimiento somero y simple de dicho proceso, sino un conocimiento profundo y veraz que le permita pensar un mejor

producto, con menos costos y mayor calidad, que involucre la normalización de dicho proceso y que permita prevenir errores costosos en el desarrollo del nuevo producto.

Pero este conocimiento tecnológico no solo se refiere a procesos productivos, sino también a fundamentos de

mercadeo y procesos administrativos. ¿Lidera el Diseñador el desarrollo del “producto” como respuesta a una necesidad clara del mercado? ¿O a una necesidad específica de un cliente?. ¿Se desarrolló una investigación adecuada para ese tema? ¿Se conocen los hábitos de uso de ese “producto”? ¿Se conoce la historia y evolución formal de los productos predecesores o la influencia de las tendencias gráficas o de moda vigentes? ¿Se tiene la información adecuada de los costos del “producto” y un estimativo del

Todos los “productos”: gráfico, ambiental, industrial o de moda, son el resultado de un equipo de trabajo en el cual el Diseñador juega un rol particular.

lote mínimo económico? ¿Existe información de la rentabilidad real o esperada de dicho “producto”? ¿De la seguridad de funcionamiento tanto hacia el usuario final como hacia el proceso?.

Definiciones del diseño:

Como cualquier otra actividad, el Diseño está entrando, en el ámbito mundial, en su etapa madura. Esto se debe al surgimiento de búsquedas que exploran el Diseño y como trabajan los Diseñadores.

Han existido muchos intentos por comprender el Diseño. Algunos de ellos identifican el Diseño como una ciencia cuyos métodos, si son aplicados correctamente, puede resolver todos los problemas de Diseño. Otro grupo lo ve como un “arte”, donde el Diseñador-Artista, es el campeón. El grueso cuerpo del conocimiento del diseño se soporta como un campo único en su propia rama. (Cross, 1995) Existen diversas definiciones del diseño, algunas de las cuales se relacionan a continuación:

- + El Diseño es una actividad de solución de problemas por medio de objetivos dirigidos. (Archer, 1965)
- + El Diseño es un esfuerzo intuitivo y calculado que busca un orden importante. (Papanek, 1984)
- + El Diseño es una actividad que involucra un complejo arreglo de procesos cognitivos y una variedad de diferentes sistemas simbólicos. (Goel, 1995)
- + Diseño es una actividad creadora que pretende hacer ambientes artificiales armoniosos que proveen una completa satisfacción a nuestras necesidades físicas y espirituales. (Miti, 1994)
- + La esencia del trabajo del Diseño está dada en ese momento de creatividad, cuando un problema es llevado al punto de equilibrio con su solución a través de la balanza de la tecnología. (Pulos, 1994)

El grupo de las definiciones de Diseño es enorme. Un elemento común en muchas de ellas es que el Diseño es visto como solución de problemas y como “descubrimiento”, el descubrimiento de nuevas formas para mejorar la calidad de la vida humana a través de la exploración y el diseño de nuevos artefactos o sistemas aplicando el conocimiento y la imaginación del Diseñador. El diseño es una predicción a la cual concierne decir como deberían ser las cosas. Pretende cambiar una “situación existente” en una “situación ideal”. Los Diseñadores pretenden predecir el comportamiento de un “producto” usando su conocimiento y experiencia.

Perfil del diseñador:

Perfil: "... corte que permite ver la disposición y naturaleza de las capas de un terreno..."

"...silueta que expresa el límite y contorno formal de un objeto o una persona, destacando los rasgos más característicos que definen su personalidad morfológica..."

¿Tiene entonces el Diseñador un perfil realmente orientado hacia el trabajo en la industria? ¿Es el Diseñador un piñón en el engranaje industrial? O su enfoque se limita a una pobre visión individualista de "rueda suelta", léase como: "gestor de su propia empresa".

Y si así fuera, ¿tiene el Diseñador la capacidad gerencial y directiva necesarias para sacar adelante su empresa? ¿Conoce las necesidades y requerimientos mínimos básicos para tal propósito?

Todas estas vivencias metodológicas complementan la formación de ese perfil profesional, las cuales debería saber aprovechar el Diseñador en su corto camino de "inducción" dentro de una compañía o dentro de un posible "semestre de práctica".

Proceso este, que pasa generalmente desapercibido para el novato, sin darse cuenta que es allí donde tiene un "freno de emergencia" que le servirá para prevenir una inevitable "colisión" contra el mundo real, dado el desconocimiento de ese mundo que aún ni se imagina.

Una vez despierto, después de "semejante impacto", inicia un proceso de maduración que puede durar varios años (de 3 a 5 generalmente - según hemos podido compartir con otros diseñadores del medio), después de los cuales el Diseñador se convierte entonces en un "producto" interesante para la misma industria. Quiere esto decir, que solo después de un determinado periodo de tiempo se establece un perfil profesional más acertado, ya que el perfil laboral (o la mecánica del desempeño de funciones) se define casi desde el segundo mes de trabajo. Dicho perfil laboral se define al lado del proceso, al lado de los operarios de dicho proceso (que cuentan con no menos de 10 años de experiencia), al lado de los jefes de compras que cuestionan todas las especificaciones técnicas de un material (para no comprar el que no sirve), al lado de un facilitador de calidad que evalúa críticamente el proceso y su normalización (el auge de ISO 9000), al lado de los gerentes de mercadeo que presionan constantemente porque los costos están muy altos y el mercado objetivo puede no asimilarlo, y en fin, al lado de tanta gente que interviene en el desarrollo de ese nuevo producto.

Cross (1995) puntualizó que los Diseñadores hacemos lo siguiente:

- a) Producir soluciones novedosas
- b) Trabajar con información incompleta
- c) Utilizar dibujos y otros medios como parte de la solución de problemas y

- d) Aplicar la imaginación para resolver problemas.
Sin embargo, para un Diseñador derivar cualquier solución a partir del conocimiento de estrategias, le son requeridos procesos del conocimiento de dominio específico y general.

La “Categorización” del conocimiento del Diseño basado en Venselaar (1987), diferencia los siguientes componentes:

1. Dominio específico del conocimiento básico de Diseño (Eje Conocimiento del entorno contextual, conocimiento acerca de los usuarios y de los materiales).
2. Dominio específico del conocimiento en Diseño (Conocimiento de la disciplina del Diseño en sí misma - Diseño de producto, que está relacionado a la solución de problemas y a como este conocimiento puede ser aplicado).
3. Procesos generales del Conocimiento (Monitoreo y evaluación de los procesos de Diseño).

En resumen, el conocimiento en Diseño incorpora conocimientos básicos y procesos generales de conocimiento. Los educadores en Diseño deberían estar prevenidos de esta interacción con miras a poder diseminar el conocimiento relevante dentro del currículo. Según lo anterior, el Diseñador no puede continuar en una urna de cristal, considerándose omnipotente, infalible, el que todo lo sabe (porque estudió en la universidad y tiene el diploma) y ni siquiera distingue adecuadamente los sistemas de medición y peor aún, se enreda si se le solicita una medida en milímetros o en décimas.

Consideramos que ese perfil se ha distorsionado, se ha perdido. Es necesario hacer un alto en el camino, reevaluar, reorientar y reubicar necesidades y fortalezas. El perfil profesional exige un conocimiento mínimo de las estructuras empresariales y un conocimiento de la ubicación del Diseñador dentro de esa estructura, para así poder explotar al máximo nuestro conocimiento, nuestro potencial creativo, nuestra función como punta de lanza,

nuestro engranaje en la dinámica económica y cultural de la industria y la sociedad colombiana.

Somos conocedores de los cambios demostrados a través del rápido desarrollo de los sistemas avanzados de manufactura, del diseño concurrente de productos y de los últimos desarrollos en el ámbito de la pre-prensa digital y el Diseño Gráfico, lo cual está afectando los procesos de diseño tradicional.

La aplicación del Diseño Industrial y Diseño Gráfico Asistidos por Computador (CAD) está presente a todos los niveles. El rol tradicional del Diseñador y su interacción con el cliente está cambiando a una forma más compleja y directa. Esto también significa que una búsqueda mas a fondo es necesaria para lograr mas y mejores artefactos/interfaces/ o sistemas con mayor valor agregado que respondan a las necesidades contemporáneas. Mas aún, esto requerirá que los Diseñadores apliquen conocimientos mas sofisticados para responder a los requerimientos del mercado. Esto hace un llamado a revisar el conocimiento base del Diseño y el Perfil del profesional de Diseño.

Hagamos de nuestra creatividad la mejor de nuestras herramientas de trabajo. Que el Diseñador sobresalga en el medio por su capacidad creadora y no por su indumentaria, sin dejar de lado la personalidad (el empaque nos vende); que sobresalga por su liderazgo y no por su individualismo egoísta con ánimos protagónicos (sin necesidad de masificarse); por su sinergia y capacidad proactiva y no por su desconocimiento de procesos (sin ser un ingeniero) y en fin, por tantas cosas buenas que puede aportar como profesional o como persona y no por ese estigma equivocado con el que suelen señalarnos: loquitos, peludos, el de los dibujitos raros, el que se la pasa dibujando, etc.

El perfil profesional y laboral del Diseñador involucran en todo momento su responsabilidad social, la cual inicia desde el momento mismo en que se concibe un producto y termina, no cuando ese producto se vende, sino cuando el producto muere y retorna a la empresa para ser reciclado o eliminado en forma adecuada.

Desde este punto de vista se entiende entonces, que el Diseñador debe adquirir una formación integral, que le permita reunir bajo su perfil profesional las siguientes características y proyectarlas al medio:

- + Ser conocedor del entorno y el medio al cual se dirige.
- + Dominar e investigar profundamente los procesos a los que se orienta.
- + Poseer un ávido espíritu investigativo que le permita generar soluciones importantes e interesantes al medio en el que se desempeña.
- + Tener amplia capacidad de trabajo interdisciplinario con vocación de liderazgo.
- + Desarrollar habilidades directivas y de coordinación de procesos de diseño. (Gerente de Proyectos).
- + Poseer amplias capacidades creativas y de “Conceptor” o Generador de ideas.
- + Dominar en forma práctica los principios fundamentales del mercadeo para así poder vender y/o proyectar su producto y su profesión.

El siguiente cuadro ilustra el perfil del Diseñador Industrial sugerido por la Universidad Tecnológica de Queensland, pero además, se adapta perfectamente al Perfil del Diseñador Gráfico. Los valores, destrezas, habilidades, conocimiento y hábitos, dependen del conocimiento básico provisto durante el proceso educativo, pero finalmente, la industria nacional demanda principalmente el mismo perfil.

Un profesional del Diseño debería poseer el siguiente perfil:

Valores:

- + Interesado por las necesidades del usuario, la cultura, los estilos de vida, las demandas y los valores.
- + Interesado por los buenos productos o por el diseño de las interfaces.
- + Interesado por las cualidades estéticas en la manufactura de su producto.
- + Interesado por el contexto en el que los productos serán usados.
- + Interesado por su entorno.
- + Entender críticamente la ética, la estética y los elementos tecnológicos involucrados en la profesión.

Habilidades y Destrezas:

- + Capacitado en el pensamiento visual.
- + Capacitado y confidente en la comunicación visual.
- + Competente en el desarrollo de documentación.
- + Capacitado en el Diseño Industrial o Gráfico Asistido por Computador (CAD).
- + Competente en la comunicación oral y escrita.
- + Poseer una habilidad crítica para la evaluación de ideas de Diseño.
- + Habilidad para sostener una discusión razonablemente crítica y coherente.
- + Destreza para observar, grabar y analizar información.
- + Destreza para valorar las implicaciones del diseño y la tecnología hacia el ambiente.
- + Habilidad para interpretar el “Brief” del cliente y aplicarlo al diseño.
- + Habilidad para interpretar las “necesidades del cliente” y aplicarlas al diseño.
- + Habilidad para aplicar datos de la investigación al diseño.
- + Habilidad para adaptarse a los cambios.

Conocimiento:

- + Conocimiento comprensivo teórico y práctico de los procesos de Diseño.
- + Un conocimiento importante de la investigación de Diseño y su aplicación.
- + Un conocimiento básico de la práctica profesional y de su manejo.
- + Conocimiento básico de las leyes del Diseño y de sus responsabilidades comerciales.
- + Un entendimiento importante del manejo y administración de proyectos.
- + Conocimiento comprensivo del manejo de materiales y de las tecnologías de manufactura.
- + Conocimiento comprensivo de los factores humanos / ergonómicos, de la usabilidad del producto y de las necesidades del usuario.
- + Un conocimiento importante de los tópicos ambientales y de la sostenibilidad del producto.
- + Conocimiento básico de las materias relacionadas.
- + Un conocimiento importante de las culturas relevantes y de tópicos teóricos.
- + Un entendimiento teórico de la innovación para permitirle desarrollar nuevos e innovadores productos.
- + Un conocimiento básico de sus propias limitaciones.

Hábitos:

- + El hábito de intentar comunicarse completa y claramente con sus colegas, clientes, usuarios y con cualquiera que se involucre en su campo.
- + El hábito de hacer todos los objetivos y condicionantes de una tarea dada, tan claros como le sea posible.
- + El hábito de trabajar metódica y sistemáticamente.
- + El hábito de evaluar críticamente su propio trabajo.
- + El hábito de determinar y defender sus propios valores.

Conclusión:

Si la academia no enfoca sus estrategias a la obtención de este “Producto”, considero que no está contribuyendo entonces al fortalecimiento de un campo de acción para sus futuros profesionales.

En un afortunado caso contrario, la universidad debe revisar y reorientar su currículo para lograr así un profesional íntegro, con excelente proyección social y el firme convencimiento que el momento presente es clave en el difícil proceso de posicionamiento de su producto, el Diseñador. Los cambios culturales, económicos, políticos,

tecnológicos y de estilo de vida, influncian el “que” y el “como” de lo que se enseña. La demanda por un dominio más complejo del conocimiento es evidente y requiere ser detallada.

La base del conocimiento del Diseño deberá satisfacer los cambios contemporáneos y exigirá labores de diseño más complejas. Sin embargo, si el diseño, continúa siendo visto como una profesión interdisciplinaria que depende de otras áreas del estudio para generar conocimiento (Cross, 1995), este nunca emergerá como una disciplina en su propio campo. Aún así, es esencial que la educación en Diseño comience a identificar los dominios específicos de la “Base del conocimiento del Diseño” y la implemente en el currículo educativo, y en el futuro lo ponga en práctica (Popovic, 1996).

Esta es una responsabilidad mutua de la educación, la profesión y la industria, para trabajar aunarmente en el establecimiento de la base de este conocimiento.

Concluimos entonces afirmando, que aún es necesario desarrollar mucho trabajo para lograr ese objetivo de posicionar en el medio empresarial la importancia del Diseñador y estamos convencidos, como lo decía anteriormente, que esa debe ser una labor conjunta porque los trabajos en equipo siempre producirán mejores resultados que los esfuerzos individuales.

La visión sinérgica de la Universidad en la estructura y red del conocimiento universal, es de gran importancia. No tiene sentido que asignaturas de nivel “universal” deban ser filtradas para los diseñadores: La investigación de mercados, comportamiento del consumidor, ergonomía, ciencia básica, sistemas de producción y otras, deberían ser asignaturas dictadas por expertos en la materia a donde confluyan estudiantes de Psicología, Derecho, Ingenierías, Administración y Medicina, por mencionar algunas disciplinas que en algún momento de su formación o de su ejercicio profesional convergen en tópicos, intereses y conocimiento.

La unión permitirá lograr intercambios de información, investigación conjunta, ayuda mutua entre gremios, universidades y otras entidades y así obtener el beneficio para todos los diseñadores, para lo cual queremos enfatizar en la necesidad de fortalecer cada día más los valores éticos de los profesionales del Diseño.

Popovic, Vesna. *Industrial design knowledge base and an expected profile of an industrial design graduate*. ICSID news 6/97. Finland, 1997. pp. 4 -5.

Asociación Nacional de Diseñadores. *Código de ética profesional*. ANDISEÑO. Medellín, 1997.

Alejandro Schnarch K. *Nuevo Producto - Creatividad, Innovación y Marketing* - Editorial Mc Graw Hill. 2ª Edición, 1997.

Jaime Franky Rodríguez. “¿En qué va el diseño? Cifras para orientar la profesión”. *Revista Proyecto Diseño*. No. 8. Trimestre 4 de 1997. Bogotá. pp. 29 - 31.