

DECIDIR & GOBERNAR



Control total sobre el
IMPERIO DE LAS IDEAS

< de la ficción a la realidad >

Félix Maldonado de la Fuente :: Universidad de Chile

DECIDIR

Dar una **solución o juicio** definitivo sobre un asunto.

Inclinar a alguien a **tomar una determinación**.

Resolver, tomar una determinación.

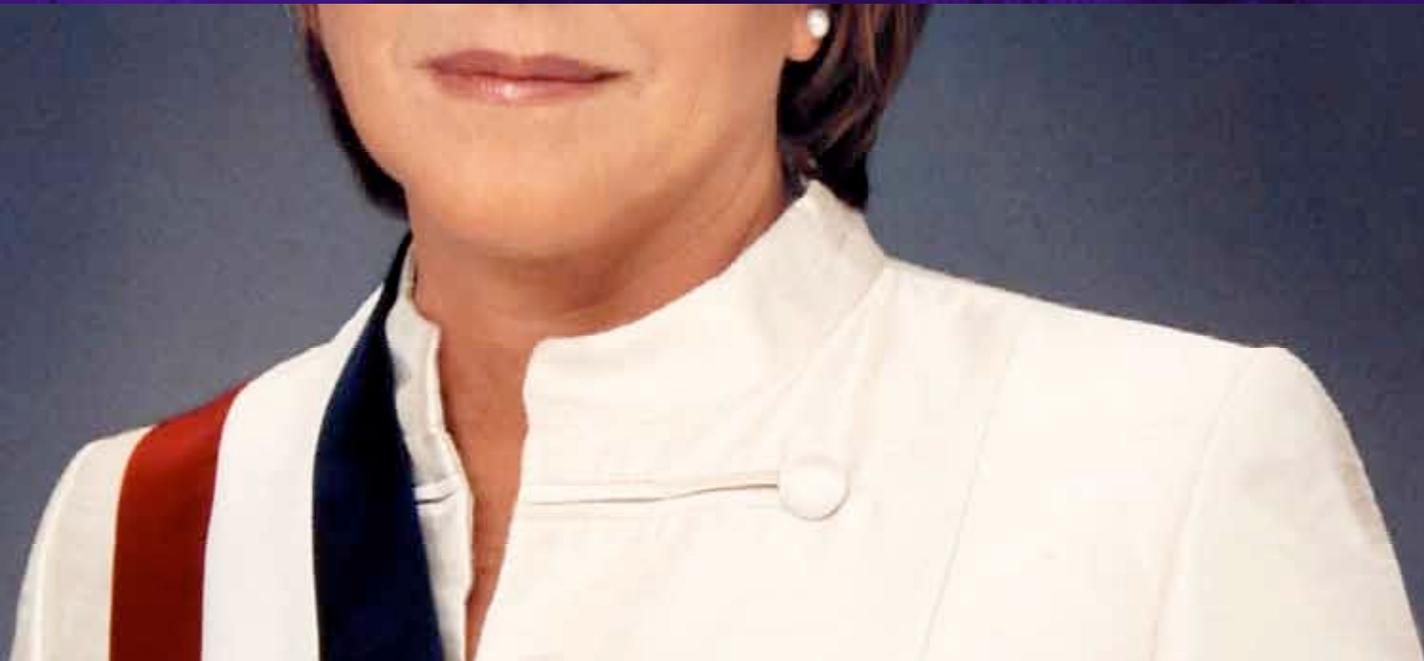


GOBERNAR

Mandar con autoridad o regir una cosa.

Dirigir y **guiar**.

Manejar o **dominar** a alguien.



LA ECONOMIA DEL CONOCIMIENTO

El imperio de las ideas

La Economía Basada en Conocimiento (EBS) se caracteriza por utilizar el **conocimiento como elemento fundamental** para generar valor y riqueza por medio de su transformación a información.

No genera valor y riqueza por medio de su transformación en información; sino que **crea valor agregado** en los productos y servicios en cuyo proceso de creación o transformación participa.

El conocimiento es mucho mas que mera información.

LA ECONOMIA DEL CONOCIMIENTO

Industrias creativas

La importancia de las industrias creativas aumenta: edición, música, medios audiovisuales, correo electrónico, videojuegos, Internet; constituyen un **verdadero reto para el futuro de la cultura.**

Por su dimensión internacional, resultan ser un **elemento determinante** para el futuro en lo que se refiere a libertad de expresión, **diversidad cultural y desarrollo económico.**

LA ECONOMIA DEL CONOCIMIENTO

inteligencia creativa

Para ser competitivas, **las empresas necesitan innovar** en productos, servicios, procesos internos o externos.

La innovación consiste en **transformar información de mercado** en prestaciones y funciones de un nuevo producto.

Para poder **transformar las ideas en realidad**, es decir innovar, se necesita lógicamente empezar por tener ideas nuevas: ser creativos.

La creatividad es el primer paso antes de poder innovar.

LA ECONOMIA DEL CONOCIMIENTO



La creatividad es una profesión y nada tiene que ver con el glamour del profesional del diseño

LA ECONOMIA DEL CONOCIMIENTO

La innovación es una obligación del creativo

La creatividad en una organización, se debe **fomentar y sistematizar**.

Desarrollando las **habilidades creativas de las personas**, organizando el proceso de generación de ideas con herramientas prácticas, ayudando a formar nuevas preguntas y a que las ideas se puedan transformar en conceptos concretos, listos para pasar a la fase de Innovación.

LA ECONOMIA DEL CONOCIMIENTO

Una obligación por:

ser distinto,
por pensador
lateral, por
hemisferio
izquierdista



LA BURBUJA DEL DISEÑO

Somos tontos, no pesados

- torpezas y aciertos de los profesores jóvenes
- motivadores pero ingenuos
- llenos de energía pero vacíos de conocimiento
- soñadores pero poco prácticos
- impetuosos pero aburridos rápidamente
- grandes críticos pero con poca propuesta
- llenos de conceptos pero sin discurso

LA BURBUJA DEL DISEÑO

Somos tontos, no pesados

- torpezas y aciertos de los académicos de salón
 - llenos de historias pero por experiencias pasadas
 - son víctimas de un sistema que hemos creado
 - hay que besarles el anillo cardenalicio
 - por favor Grandes Maestros, es tiempo de regresar -con nuestra gratitud- a sus cuarteles de invierno
 - el diseño, ya no es como antes (*comentario auténtico de un profesor canoso*)

LA BURBUJA DEL DISEÑO

Somos tontos, no pesados

- las torpezas de la generación espontánea de los diseñadores en Chile
 - somos un mercado pequeño
 - para ser diseñador no se necesita estudiar cinco años, ni cuatro, ni dos
 - ser diseñador con título poco valor tiene, por ese viejo dicho: “Chile país de diseñadores”
 - he conocido ingenieros comerciales que son excelentes directores de arte

LA BURBUJA DEL DISEÑO

Somos tontos, no pesados

- las torpezas del volúmen producido
 - nuestro pequeño y mercado, no resiste más la cantidad brutal de programas de diseño (más de 125)
 - da igual venir de un CFT, IP o de una U
 - los diseñadores siguen pensando en ser Starck o Alessi
 - Tejedas, Naranjos, sólo hay uno y Amster vino de otro lugar a darnos clase

EL ANTIDOTO

Somos un enfermo terminal, más no un muerto aún

- qué hacer

- deje de pensar en un puesto de trabajo y empresa
- deje de prestar servicios y venda ideas y bienes
- muchos de nuestros talentos-alumnos deben dejar de pensar en ser académicos y deben mejorar el diseño en la práctica y no en el verbo
- el diseño debe dejar de ser una mera cuestión teórica morfológica y pasar a ser una cuestión técnico productiva

EL ANTIDOTO

Somos un enfermo terminal, más no un muerto aún

- dónde ir
 - salir de las fronteras nacionales
 - orientarse a la innovación y no al diseño
 - dejar de ser alguien disperso y ser concreto y racional
 - los diseñadores con sus mañas son un problema para muchas otras profesiones

EL ANTIDOTO

Somos un enfermo terminal, más no un muerto aún

- qué nos falta
 - menos verbo y más acción
 - nos falta gremio
 - debemos dejar la autocomplacencia de estos encuentros
 - dejar de ser ingenuos y provincianos, el mercado es brutal, global y caníbal

EL ANTIDOTO

Somos un enfermo terminal, más no un muerto aún

- cómo mejoramos
 - yendo a la profesión y no a la academia
 - prohibir el incesto académico (*me quedé para siempre haciendo clases en mi escuela*)
 - motivar el intercambio de académicos
 - agremiarse para exigir mejores condiciones y normas de mercado

EL ANTIDOTO

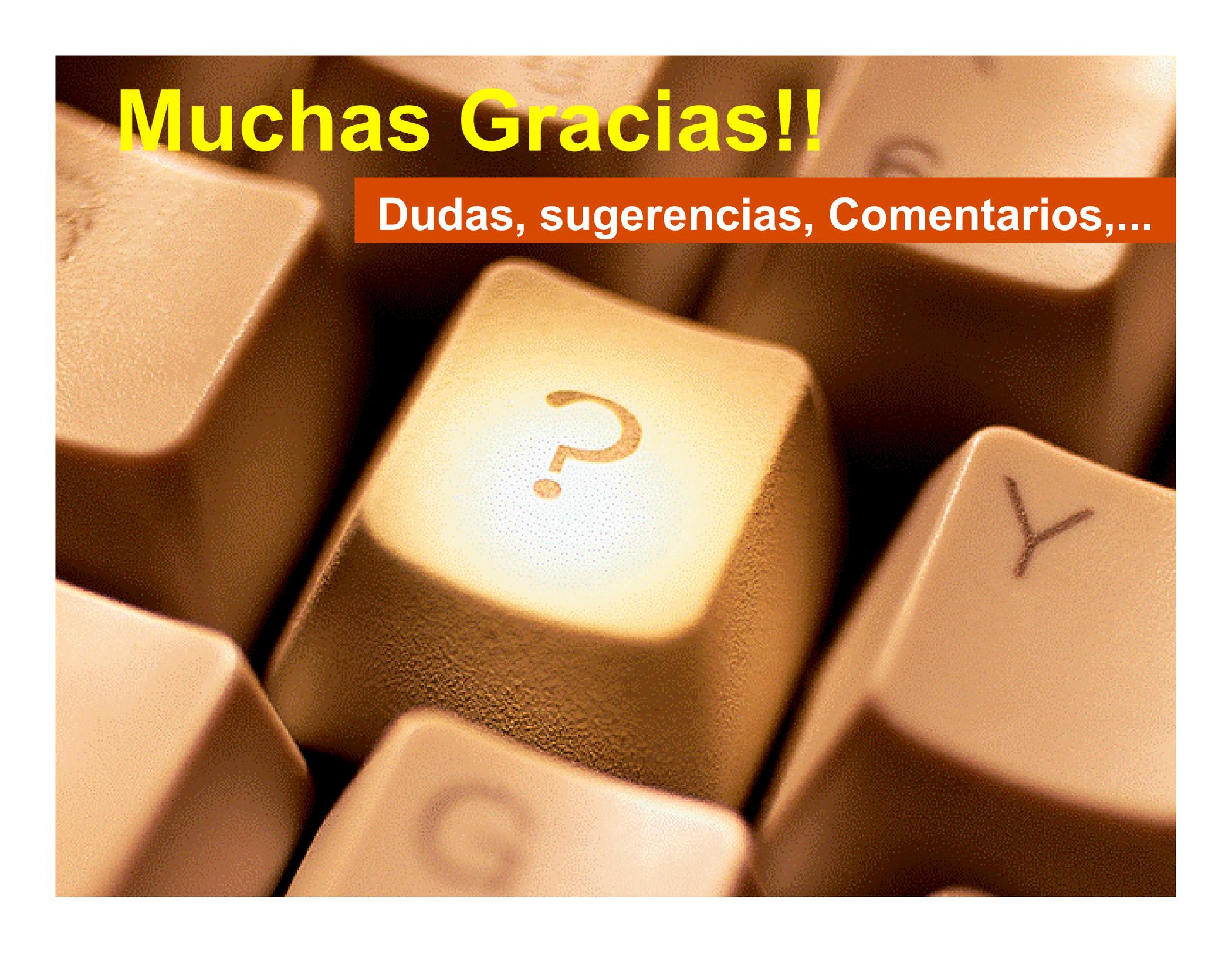
Y entonces -queridos amiguitos- qué es management

1. Es una **Técnica** de dirección y gestión de empresas, que **utiliza diseño e inteligencia contextual** y nos indica cómo debemos actuar en cada momento: si es momento de mandar, de orientar o de unir.
2. Depende de tres T: **talento, tecnología y tolerancia.**
3. Y es fundamental **integrarse en el estilo de vida** del consumidor para llegar a él.

EL ANTIDOTO

Y entonces -queridos amiguitos- qué es management

1. Es un acercamiento por el que las organizaciones **toman decisiones relevantes de diseño** en un mercado orientado por cliente.
2. Estas decisiones son **base para optimizar procesos**.
El Manager de Diseño, aplica su actividad continua en todos los niveles de la actividad empresarial y comercial.
3. Actúa como **interfaz** entre alta dirección y diseño; y funciona como **eslabón entre plataformas** de tecnología, diseño, pensamiento de diseño, dirección y marketing en clientes internos y externos de la empresa.

A close-up photograph of several keyboard keys. The central focus is a key with a question mark symbol, which is highlighted with a bright, circular glow. Other keys, including one with a 'Y' symbol, are visible in the foreground and background, but they are out of focus. The overall lighting is warm and golden.

Muchas Gracias!!

Dudas, sugerencias, Comentarios,...