



## **Consultoras como gestadoras de diseño que amplíen el rol del diseñador y permitan el desarrollo de la profesión junto a otras disciplinas para reforzar el carácter transdisciplinar**

Autores: Daniela Navarro E., Belén Ardiles L., Jorge Fuentealba G., Amanda Homm M.

Seminario de Gestión II  
Universidad de Chile - Carrera de Diseños Gráfico e Industrial

Email: daniela.eckholt@gmail.com, belenardiles@gmail.com, gorroylentes@gmail.com, amandahomm@gmail.com

### **RESUMEN**

El diseño, como disciplina, es el encargado de entregar competitividad y valor agregado que necesita una empresa para cumplir sus objetivos. Sin embargo, la incorporación de la disciplina sigue siendo un privilegio para las empresas más consolidadas, con mayor poder adquisitivo y con mayor tamaño en el mercado. Este proceso de diseño se ve reflejado en el servicio que plantean las consultoras, ya que son ellas las encargadas de entregar posibles soluciones a los problemas específicos requeridos por la empresa solicitante. Pero es en este punto donde ocurre que el rol del diseñador se ve limitado, debido a que no se ejecuta el proceso completo de diseño (observar, definir, proponer, probar, ejecutar), sino que el problema ya está observado y definido previamente y como sabemos los diseñadores tenemos la capacidad de observar y constatar con mayor profundidad las distintas problemáticas dentro de un espacio laboral y social, es por esto, que se plantea el desarrollo de la profesión junto a otras disciplinas para reforzar el carácter transdisciplinar dentro de las consultoras de diseño y así lograr ampliar el rol que tenemos los diseñadores en nuestro país.

Palabras clave: Consultorías, Proceso de diseño, Rol del diseñador, Trabajo transdisciplinar.

## I. SÍNTESIS DE PREGUNTAS

El rol del diseñador, es algo bastante desconocido para el resto de la sociedad, incluso para los mismos diseñadores. Los mismos profesionales van limitando el área que el diseño puede abarcar, y no van abriendo nuevos nichos de negocio.

Para ser más exactos, tampoco existe una clara definición de los aportes que puede generar en la práctica esta profesión. Se limita a ciertas habilidades, que abarcan el quehacer, y no el cómo hacer.

Incluso este mismo quehacer, se va demarcando y centrándose en ciertas capacidades del diseñador, como lo es la creación de identidades corporativas, web, editorial, etc.; áreas que ya están colapsadas de profesionales que se dedican a esto, ya que también el ejercicio de esta disciplina se ha ido fragmentando en múltiples carreras universitarias o profesionales que pueden cumplir esas labores.

Centrarse en el cómo hacer es un punto fundamental para la disciplina que no se valora mucho.

El diseñador tiene la capacidad de además de resolver un problema, investigarlo e identificar necesidades.

Actualmente, se ha ido valorando poco a poco el rol de la profesión en el rubro empresarial. Aun así, se sigue solicitando sus servicios para solucionar problemas estéticos por sobre todo, pero no se busca como un profesional que puede hacer un estudio de su empresa e identificar necesidades desde su experiencia centrándose en un contexto, sino que la empresa busca al diseñador para que le solucione problemas que esta misma identificó.

En éste punto se sitúan las consultoras, para realizar un análisis más exhaustivo a la empresa, y así, en conjunto con ésta, detectar los problemas y necesidades que tiene, de una manera más objetiva y basada en la experticia del diseñador y entregar soluciones a éstas que estén en pos de los objetivos de la empresa.

## II. SÍNTESIS DE PAPERS

### Papers seleccionados:

- Daniela Winkler “Enseñanza del diseño ¿disciplinar o transdisciplinar?”
- Romina Castillo “Gestión de diseño”
- Jean Campos “las nuevas fronteras del diseño: oportunidades y límites de las disciplina en Chile”

### Definiciones

**Mono-disciplinariedad:** desarrollo y especialización de una disciplina de manera aislada, sin necesidad de vincularse a otras disciplinas, afines o no a su propia área de desarrollo.

**Multidisciplinariedad:** desarrollo simultáneo o secuencial de más de una disciplina sin establecer relación alguna entre estas.

**Pluridisciplinariedad:** cooperación de distintas disciplinas pertenecientes a áreas afines, sin coordinación y desde un mismo nivel jerárquico.

**Interdisciplinariedad:** cooperación coordinada de distintas disciplinas desde un nivel jerárquico superior hacia una inmediatamente inferior.

**Transdisciplinariedad:** cooperación coordinada de disciplinas pertenecientes a todos los niveles jerárquicos.

- a) niveles de realidad:** se entiende la posibilidad de percibir la realidad fuera de los cánones establecidos.
- b) principio del tercio incluido:** se entiende la posibilidad de que una disciplina pueda comportarse de manera distinta o incluso opuesta fuera de sus parámetros habituales.
- c) complejidad:** se entiende que todo se encuentra relacionado entre sí, así mismo lo están todas las áreas de conocimiento y disciplinas.

Se plantea al diseño en nuestro país como una profesión que se desarrolla bajo una estructura interdisciplinar propositiva o bajo la pluridisciplinariedad, en donde la relación entre las distintas disciplinas convergen en una disciplina nueva, en este caso, el diseño.

Esto se define así, porque el diseño no es una disciplina que se desarrolle de manera aislada sino que convive con otras disciplinas para converger en la mejor solución a la problemática a la que se vea enfrentada.

Se propone una enseñanza transdisciplinar del diseño, mediante:

- 1- Creación de centros de formación externos a los espacios tradicionales (universidades).
- 2- Programas de post-grado no limitantes por disciplina.
- 3- Modificación de mallas académicas de pre-grado por la posibilidad del estudiante de construir su propia malla desde áreas de interés.

Bajo esta premisa de que la disciplina debiese convivir junto a otras, se entiende que el proceso para dar la solución adecuada debe ser de una forma en la que intervengan varios especialistas de distintas áreas con el objetivo de planificar y dar la mejor respuesta.

Se deben conocer y manejar los beneficios que el diseño puede aportar a una empresa, y en la detección de la necesidad en la que amerita utilizar el diseño y su incorporación práctica y técnica, es donde intervienen capacidades específicas que se denominan gestión del diseño.

El diseño, como disciplina, es el encargado de entregar competitividad y valor agregado que necesita una empresa para cumplir sus objetivos. Sin embargo, la incorporación de la disciplina sigue siendo un privilegio para las empresas más consolidadas, con mayor poder adquisitivo y con mayor tamaño en el mercado. Esto se debe también a que muchas pymes desconocen el valor agregado que les puede otorgar la gestión del diseño para la competitividad de su negocio. Aún existe una percepción errónea de la labor del diseño, que se limita a una visión tradicional que lo ve como una herramienta de producción, ya sea de piezas gráficas o elaboración de productos, sin entenderla como una disciplina que puede aportar mucho más cosas para el mejor desarrollo de su proyecto, teniendo una participación en las distintas áreas del negocio, y ejerciendo como gestión del diseño.

Esta visión sesgada de la profesión no sólo ocurre desde quienes son los que buscan nuestros servicios, en entrevistas al diseñador se le pide su portafolio, en el cual solo se espera ver un adecuado conocimiento de ciertas herramientas, dejando de lado capacidades para la gestión de innovación.

Podemos decir que esta errada visión también se produce dentro de ciertas áreas de la misma profesión y en donde se imparte la enseñanza de ésta, lo cual significa una problemática, ya que es en esta etapa inicial de nuestra enseñanza, como profesionales y diseñadores, que debemos aprender a valorar nuestro trabajo como tal.

### III. CONTRASTE

Encontramos en los tres papers seleccionados la existencia de una concepción del diseño como disciplina gestora e integradora, una noción ideal según la cual el diseño debería encontrarse desde la génesis de cada proyecto, colaborando en igualdad con disciplinas como economía, ingeniería y sociología, retroalimentándolas y conformando así una visión más completa de la problemática abordada.

Sin embargo la realidad de la disciplina en el contexto chileno dista mucho de esta concepción del diseño. Nos encontramos sumergidos en un paradigma el cual defiende la mono-disciplinariedad, levantándose proyectos desde la

visión cerrada de una única área de especialización y recurriendo al apoyo de otras disciplinas sólo como servicio, como solución a una necesidad específica en lugar de co-gestor. Este paradigma nace desde la misma formación académica de las distintas disciplinas que conforman el espectro laboral en Chile, enfocando a los futuros profesionales en el desarrollo único de su área, carentes de iniciativas que incentiven el desarrollo de proyectos conjuntos entre distintas carreras. Esto repercute en la posterior aplicación de la disciplina, la cual han sido formados para desarrollar de forma autónoma y que acabará encasillando a estos nuevos profesionales en roles cerrados con una escasa comunicación con otras áreas.

En el caso específico del diseño esto repercute en que la percepción generalizada de la disciplina responde a un carácter técnico, al desarrollo de soluciones concretas de carácter mayormente estético y ajeno a la gestión y desarrollo de proyectos, convirtiendo el diseño en un servicio de segunda índole.

Así es que en Chile se ha conformado el modelo de agencia como el estándar para el desarrollo del diseño, en donde se opera bajo la lógica del encargo (respuesta a una demanda específica de diseño la cual no involucra mayormente al diseñador con el funcionamiento y necesidades del cliente), mientras que la noción de consultora, como proveedora de un servicio integral de asesoría y aplicación, tiene una presencia escasa o nula dentro del panorama nacional. Que el diseñador trabaje desde los principios de la gestión e innovación, significa que este se involucra en distintos aspectos del encargo, para determinar una adecuada estrategia para la inserción en el mercado del producto diseñado, de la manera más óptima y con el menor margen de error posible. Adrián Folco lo describe en su paper Gestión estratégica de diseño, cuando este dice; “Hablamos principalmente de un cambio de rol, proactivo, en donde el diseño no queda a la espera de la aprobación exterior, sino que busca la manera de sentirse certero en su propuesta, consciente de haber abarcado la mayor cantidad posible de actores y factores involucrados en el desarrollo de un proyecto de diseño, sea cual sea su rama. De esta manera el producto maneja un menor margen de error y se enriquece en la inclusión del resto de los puntos de vista.”

#### IV. CONCLUSIÓN

Haciendo una relación entre la síntesis de preguntas y los papers seleccionados, se puede concluir que el diseño en Chile hoy en día se ve prejuiciado a soluciones más bien estéticas o “cosméticas”, ya que observando el trabajo que hacen las consultoras de diseño no se realiza un análisis del origen del problema, sino más bien el cliente le solicita una solución al problema planteado por la empresa, sin realizar un cuestionamiento más profundo del surgimiento y origen de él. Esto quiere decir que no se ejecuta el proceso completo de diseño (observar, definir, proponer, probar, ejecutar), sino que el problema ya está observado y definido previamente.

Es por esto que creemos necesario generar cambios en el enfoque que se le está dando a las consultoras en nuestro país, ya que realizando esto se lograría cambiar la imagen que se tiene del rol del diseñador propiamente tal. Siempre se habla de soluciones que “maquillan” un problema, es decir, soluciones superficiales, pero nuestra finalidad como profesionales del diseño es hacer todo el proceso completo, estamos capacitados para eso y es necesario que a través de los trabajos de consultorías se vea esto reflejado.

Finalmente nos surgen las siguientes interrogantes, ¿las consultoras tienen el permiso de la empresa para indagar sobre el origen del problema que se busca resolver? creemos que la respuesta es negativa, ya que como nombramos anteriormente las empresas buscan el servicio de una consultora, teniendo previamente definido el problema y sólo buscan soluciones rápidas y eficaces.

Por otra parte hay un detalle bastante relevante dentro de la creación de una consultora que tiene relación con, cómo definir el grupo de profesionales ideal para su conformación, ya que al no tener total certeza y claridad de la finalidad de todos los proyectos que serán solicitados a la consultora, se torna complejo definir las áreas de profesionales que cumplen con ciertos requisitos específicos para abarcar la mayor cantidad de problemáticas y se complementen de tal manera de enriquecer el trabajo transdisciplinar.

**BIBLIOGRAFIA**

1. Becerra, R., Romero, A. "La Pluri, Inter y Transdisciplinariedad en la UPEL. Una perspectiva docente". Revista de Investigación N° 66 (2009) pp. 187-225. Recuperado el 29 de julio de 2013 de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2941427>
2. Max Neff, M. "Foundations of transdisciplinarity". Ecological Economics Vol. 53 (2005) pp. 5-16. Recuperado el 26 de julio de 2013 de [http://artsci.unsw.wikispaces.net/file/view/Max\\_Neef\\_Foundations\\_of\\_transdisciplinarity.pdf/340979004/Max\\_Neef\\_Foundations\\_of\\_transdisciplinarity.pdf](http://artsci.unsw.wikispaces.net/file/view/Max_Neef_Foundations_of_transdisciplinarity.pdf/340979004/Max_Neef_Foundations_of_transdisciplinarity.pdf)
3. Morin, E. (1999). "Los siete saberes necesarios para la educación del futuro". París, Francia: UNESCO. Recuperado el 29 de julio de 2013 de <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001177/117740so.pdf>
4. Nicolescu, B. (1996). "La transdisciplinariedad Manifiesto" (1ª Ed.) México: Multiversidad Mundo Real Edgar Morin, A.C. (Texto original "La transdisciplinarité, manifeste", Le Rocher, Monaco, 1996). Recuperado el 27 de julio de 2013 de <https://docs.google.com/file/d/1dvI6kyH0tStzx3Qk2M-1QoI2KfMEBdqo5PDdYGBXe8AzpuJSXbCpK0mR7px/edit?hl=en>
5. Lecuona, M. (2007), *Manual sobre Gestión de Diseño para empresas que abren nuevos mercados* Barcelona. BCD, Barcelona centro de Diseño.