



GESTIÓN DEL DISEÑO EN UN CONTEXTO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

UN ABORDAJE DESDE LA CONSULTORÍA ESTRATÉGICA

Esteban Rico

*Diseñador Gráfico. Socio director de KPR Consultoría en Diseño Estratégico. Profesor titular de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo y de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires y de la Universidad Nacional de Río Negro. Profesor en la Maestría en Diseño de la UNNOBA.

Durante el Congreso, los alumnos de la carrera de Diseño Gráfico de la UNNOBA tuvieron la oportunidad de capacitarse en el *workshop* “Gestión del diseño en un contexto de transformación digital. Un abordaje desde la consultoría estratégica”, a cargo del profesor Esteban Rico.

En esta entrevista, reflexionamos sobre los desafíos que enfrenta el diseño gráfico frente al desarrollo de las narrativas transmedia y los cambios relacionados con la teoría y la práctica de la profesión en un contexto que demanda cooperación y colaboración social.

IDI. Como docente, expresás la visión de formar para colaborar y cooperar. ¿Podrías explicar la relación de estos valores con la práctica del diseño de Comunicación Visual?

E.R. Nosotros, desde la cátedra de la UBA, en la FADU, trabajamos con el concepto de referentes del diseño a lo largo de los años 70, sobre todo, en una inscripción del diseño gráfico, que centralmente trabaja sobre acciones comunicacionales en una lógica que definimos como diseñar para la acción.

El diseño permite, de alguna manera, generar una valiosa herramienta de construcción de identidades. Ahora, cuando esa construcción de identidades se realiza desde concepciones que, en algún sentido, pueden ser solamente formalistas, lejos de tener una posición de cooperación, tienen una posición de imposición. Entonces, intentamos formar a los futuros diseñadores y diseñadoras en una lógica de mirada de criterio de diversidades, con perspectiva de género, en donde el rol del diseñador





Valeria Gaitán | Diseño Gráfico, UNNOBA

“Pudimos conocer nuevos emprendimientos para poder ampliar nuestra mentalidad”

no es el del depositario de todo el saber, sino que es un facilitador, especializado en la posibilidad de generar valor a través de instancias de co-diseño y cooperación con las organizaciones o con el comitente con quien se esté trabajando en un determinado proyecto. En este sentido, empoderar, de alguna manera, a través de determinadas relaciones del diseño nos parece que es central.

Siguiendo esta perspectiva, pensamos que el proyecto no tiene una sola solución ya que consideramos que el proyecto es una proposición, es la mejor propuesta a la cual puede llegar un equipo de diseño, un estudiante, un graduado, pero nunca es una solución. Digo, contradiciendo, sobre todo, ciertas metodologías que son habituales en el campo del diseño donde se considera que se hace una formulación de un problema o un proceso de diseño o una solución. Nosotros decimos que las soluciones están en términos de las ciencias exactas y no en este caso.

Esta idea de cooperación, en principio, nos pone a los diseñadores y a las diseñadoras en un rol no central; no somos la suma del conocimiento en términos de la realización del proyecto y creemos que construimos justamente valor identitario a partir de esos procesos que son participativos, de investigación-acción, en donde se recupera una forma interdisciplinaria de actuar sobre el proyecto de diseño con miradas de la antropología, de la sociología, de la comunicación. Pero está muy centrado en esa dialéctica que implica la teoría y la práctica del proyecto de diseño, porque no alcanza con ser un buen analista desde el punto de vista de aspectos comunicacionales o aspectos antropológicos. Finalmente, el proyecto de diseño (y la convocatoria de este congreso es central en eso, porque dedica una mesa de debate al eje “Diseño por diseñadores”): a veces es bueno tener una mirada crítica desde afuera, de aquel que no hace diseño, pero sí puede analizar la cultura del diseño.

Lo que creemos central es poder reflexionar en esa relación de teoría y práctica desde aquellos que realizamos el proyecto de diseño en instancias de demanda de una necesidad, de algún tipo de intervención.

IDI. ¿Cómo ves la disciplina en un contexto de transformación tecnológica constante y el avance de las narrativas transmedia?

E.R. La disciplina está en un cambio enorme, es una encrucijada muy desafiante, sobre todo para los que trabajamos en organizaciones de formación y enseñanza del diseño porque, normalmente, estas organizaciones son muy lentas para generar procesos de autotransformación. El espacio del *workshop* que dicté hoy, en el Congreso de Diseño de la UNNOBA, tiene que ver justamente con hacer una introducción sobre los ejes de transformación digital y sobre los nuevos roles que puede llevar adelante el diseño.

En términos de cambio mediático, los diseñadores han crecido en sus posibilidades de desarrollo de proyectos y expresión, o sea, han perdido algunos lugares porque antes, para hacer algunas de las cosas —hacer sencillamente un aviso, un *flyer*, por ejemplo, una comunicación— se requería de un diseñador, en cambio, hoy hay algunas de esas intervenciones que están disponibles para los usuarios. Todo el desarrollo de la digitalidad hoy ha permitido a nuevos usuarios la posibilidad de hacer algunas intervenciones que antes estaban solamente destinadas a los diseñadores. Hoy no requerís de la intervención de un diseñador para hacer un meme en Instagram o en algunas de las redes sociales, simplemente disponés de una aplicación, que replica modelos de puestas tipográficas, que ha sido producida por diseñadores y están disponibles para la gran masa de usuarios.

Lo mismo sucede con la fotografía: uno puede hacer una fotografía y después aplicarle ciertos filtros esteticistas en muchos programas o en redes sociales que mejoran esa fotografía, bajo una lógica determinada, con un filtro determinado. Cuando hablamos de filtro, nos referimos a una operación que ha tenido que ver con una tradición cultural de utilización de la imagen fotográfica.

Entonces, los diseñadores tienen, por un lado, grandes oportunidades para trabajar más sobre el eje del diseño de experiencias y no tanto sobre el eje del producto-servicio. Todo lo que tiene que ver con plataformas y ecosistemas que permitirá que



otros usuarios, no expertos, puedan utilizar herramientas propias del diseño, desde lo tipográfico, la imagen, etc.

Lo transmedia es un fenómeno enorme y es uno de los ejes en los que, actualmente, por ejemplo, la Dirección de Industrias Creativas del Ministerio de Cultura de la Nación está trabajando. En lo personal fui convocado para los Pre-MICA, los MICA regionales, hace un mes en la Patagonia, en Bariloche. De forma colaborativa, creamos el primer laboratorio transmedia vinculando sectores de las industrias creativas y culturales. La capacidad de poder pensar en objetos transmediales, más allá de las narrativas, originar una idea desde el mercado editorial al sector de videojuegos, para que se traslade al sector de música y luego al sector de diseño industrial y al sector de diseño gráfico es altísima, ya que hoy las sociedades urbanas contemporáneas permiten un tipo de consumo cada vez más grande desde el punto de vista de la información, mezclado con el ocio, mezclado con aspectos simbólicos culturales. Existen diseñadores, comunicadores sociales, diseñadores de amplias especializaciones, personas vinculadas al desarrollo de ciertas narrativas del campo de la edición, como el campo de las letras, que ocupan un lugar central en la cultura contemporánea para desarrollar y empaquetar contenidos que generan interfaces significativas, usables y, de alguna manera, deseables para el usuario. Este puede ser, de alguna forma, el centro de atención; entonces ahí empiezan a aparecer oportunidades muy grandes y también áreas de vacancia muy grandes, porque cuando hablamos de lo transmedial implicaría, digamos, una adaptación, en algunos casos, de trayectos completos de especialización a los programas de contenidos de las materias. Hace algunos años que dirijo una cátedra que trabaja sobre el proyecto de diseño, teoría y práctica. Allí la capacidad de clases es limitada, entonces, lo que ha sucedido es que sobre una currícula determinada, digamos, estos corrimientos en el rol y en el hacer del diseñador empiezan a impactar sobre los modelos de contenido y de enseñanza, y hay fundamentos que siguen siendo absolutamente importantes y se empiezan a incorporar otras áreas.

IDI. Hablaste un poco de lo regional, con la experiencia del Pre-Mica, en ese sentido, ¿qué fortalezas considerás que tiene la formación en diseño gráfico en una Universidad regional?

E.R. La posibilidad de desarrollar un país realmente federal implica muchas cuestiones: cuestiones de desarrollo equitativo en términos de derechos, que vienen de la mano de la economía, de la mano de la infraestructura, de la mano del conocimiento, de la mano, por supuesto, de la salud. Cuando hablo de conocimiento me refiero a la educación en diferentes tipos de estructuras, el rol que de alguna manera viene desarrollando en los últimos veinte años la educación superior en la Argentina. La educación superior en la Argentina dio un salto enorme para toda Latinoamérica hace cien años exactamente, en 1918, con la Reforma Universitaria. Esa gran lucha de estudiantes por transformar una organización elitista, que solo representaba a las clases dominantes de aquel momento, marcó buena parte del cambio estructural en la Argentina desde el punto de vista del acceso a la educación superior, con un modelo de gratuidad y un modelo de acceso no hereditario, en donde había un modelo de validación de aptitudes en cada uno de los cargos que se concursaban o que estaban justamente en acceso.

Yo diría que la segunda gran revolución al respecto tiene que ver con la incorporación de los trabajadores a la Universidad. El primer gobierno peronista hace un desarrollo importante en la Universidad ya que, de alguna manera, incluye a las clases populares que ya no eran solamente aquellas clases medias profesionales, inmigrantes de la Reforma de 1918. Estos hitos han provocado que la Argentina tenga el mayor índice de toda Latinoamérica de estudiantes en la educación superior, primero cursando y después en egresos. De todas formas, existen grandes inequidades todavía porque es cierto que es muy difícil para personas provenientes de clases sociales bajas o muy pobres poder, incluso en este contexto de gratuidad (gratuidad en términos de que no se paga pero no que es gratuita ya que, además, en Argentina los sistemas de becas son en general limitados) cursar una carrera de manera 100 % gratuita.



Pilar Jauregui | Diseño Gráfico, UNNOBA

“Me ayudó a ampliar el campo, verlo desde otra mirada más profesional”



En este contexto la tercera gran revolución en los últimos años considero que es la incorporación al sistema de las universidades tradicionales, las universidades que tienen que ver con inscripción regional en lugares donde no existía la posibilidad de acceso a estudios de educación superior y la UNNOBA se inscribe en este contexto.

O sea que a 280 km de Buenos Aires se pueda construir un polo —como es el caso de la UNNOBA— que construye conocimiento sobre el diseño industrial, diseño de indumentaria y textil y diseño gráfico es absolutamente importante. Y eso también está pasando con un núcleo de universidades que no son necesariamente regionales (como podríamos considerar en este caso una región, el Alto Valle de Río Negro o una región de la llanura pampeana), sino en el conurbano que, en sí mismo, por la cantidad de posibles estudiantes empieza a suceder que en una localidad a 37 km de la capital federal, como puede ser la localidad de Moreno, se incorpora una carrera de Arquitectura en la que hay una cantidad de ingresantes que siempre desearon tener la posibilidad de ingresar a una carrera de Arquitectura pero que, a pesar de estar a 37 km de la UBA, no podían hacerlo.

En este sentido hay una transformación social enorme, ya que ahora hay 100, 500, 1000 estudiantes nuevos que ingresan como primera generación universitaria en vastas regiones de nuestro país y eso es algo que, por supuesto, requiere una exigencia muy grande desde el punto de vista de cómo se forman estos profesionales. En ese punto las organizaciones universitarias necesitan mucho trabajo.

Considero que, desde el punto de vista del diseño, se puede pensar en relación con lo regional, lo nacional y lo mundial. Y para mí, que me toca también liderar algunos de esos debates al interior de equipos docentes en el Alto Valle de Río Negro, que es una región, y aquí en Pergamino-Junín, poder pensar estas especificidades propias, desde el punto de vista de pensar en sectores, claustros, especializaciones, vinculaciones entre regiones que de alguna manera nos definen, no solo en lo geográfico, lo histórico, lo cultural, sino también desde las posibilidades de desarrollo económico, estas cuestiones son absolutamente centrales.



“Desde el punto de vista del diseño, se puede pensar en relación a lo regional, lo nacional y lo mundial”