

EL DISEÑO INDUSTRIAL EN LA UNIVERSIDAD ICESI: TRAYECTORIAS ACADÉMICAS Y LABORALES

THE INDUSTRIAL DESIGN AT ICESI
UNIVERSITY: ACADEMIC AND
PROFESSIONAL TRAJECTORIES

O DESIGN INDUSTRIAL NA
UNIVERSIDADE ICESI: TRAJETÓRIAS
A ACADÊMICAS E LABORAIS

Por

Mauricio Guerrero¹

Último estudio:

Universidad Icesi, Cali.

mauricio.guerrero@correo.icesi.edu.co

Juan David Mesa²

Universidad Icesi, Cali

judamesa69@hotmail.com

Alejandra Zuluaga³

Universidad Icesi, Cali

azulu14@hotmail.com

Resumen: El presente artículo tiene por objetivo exponer los resultados de un proyecto de investigación que buscó sondear una forma particular de comprender el campo de acción del diseño industrial en Colombia. En este sentido se tomó como caso de estudio la comunidad académica del programa de Diseño Industrial de la Universidad Icesi, haciendo énfasis en la experiencia de un egresado de este programa, en cuya trayectoria personal, académica y laboral se pueden encontrar las diferentes representaciones que configuran el oficio del diseñador en Colombia.

Palabras clave: Universidad Icesi, Educación, Diseño Industrial, Mercado Laboral.

Abstract: This paper has the aim of exposing the results of a research project that was intended to probe a particular way of understanding the sphere of action of industrial design in Colombia. In this sense, the bachelor degree in Industrial Design at Icesi University is taken as case study, focusing on the experience of a graduate, through whose life, and academic and professional trajectory is possible to find different representations that configure the profession of a designer in Colombia.

Keywords: Icesi University, Education, Industrial Design, Laboral Market.

Resumo: Este artigo tem como objetivo expor os resultados de uma pesquisa que visou sondar um jeito particular de compreender o campo de ação do design industrial na Colômbia. Neste sentido, tomou-se como caso de estudo a comunidade acadêmica do programa de Design Industrial da Universidade Icesi, realçando a experiência de um graduado deste programa, na cuja trajetória pessoal, acadêmica e laboral podem-se encontrar as diferentes representações que configuram o ofício do designer na Colômbia.

Palavras-chave: Universidade Icesi, Educação, Design industrial, Mercado laboral.

Introducción

El siguiente artículo pretende presentar de manera sintética y reflexiva los resultados de los proyectos de investigación titulados: “Sentidos y relaciones del campo del diseño en la comunidad académica de la Universidad Icesi” y “Diseñando e interpretando: los nuevos retos profesionales del diseñador”, los cuales fueron financiados por la Universidad Icesi y el Programa de Industrias Culturales de Cali en el año 2012.

Estos proyectos provienen del ejercicio académico que desempeña el Seminario de Sociología del Diseño, espacio académico que está vinculado al Departamento de Humanidades y estudios sociales de la Universidad Icesi y cuyo objeto de estudio es el campo del diseño desde sus diversos agentes y relaciones.

En el marco de estas cuestiones, los proyectos mencionados anteriormente sondearon e investigaron desde un enfoque sociológico las diferentes situaciones que configuran el papel del diseñador industrial, particularmente. En este sentido se tomó como población de estudio, los agentes que conforman la comunidad académica de diseño de la Universidad Icesi, por medio de un sondeo realizado a los estudiantes, una serie de datos proporcionados por el Centro de Desarrollo Profesional de la Universidad para egresados y las estadísticas acerca de la caracterización del diseño en las MIPYMES⁴ colombianas para profesionales, así como también los análisis extraídos de entrevistas realizadas a docentes vinculados al programa de diseño industrial.

Desde la perspectiva de los estudiantes, las investigaciones exploraron la serie motivaciones que se han conjugado para que un estudiante que está por terminar la secundaria, se decida por un programa de diseño como opción profesional y universitaria, contrastando esto con su desempeño académico actual y sus aspiraciones para vincularse al mercado laboral como diseñador.

Desde la perspectiva de los docentes se buscó analizar las prácticas pedagógicas que cristalizan determinadas apuestas institucionales, que como discurso terminan delimitando el campo de acción de los estudiantes. Por último la investigación se planteó el tema de los egresados y su desempeño en el campo laboral, el cual para el segmento del diseño en la actualidad se reviste de una problemática asociada al desconocimiento y fragmentación de lo que se entiende por el “papel del diseñador”.

Por tanto es importante señalar que los resultados de estos proyectos de investigación, se dirigen a posibilitar una mayor comprensión acerca de la manera en que las nociones de *creatividad* y *gestión*, presentes en el discurso institucional de la comunidad académica de diseño de la Universidad Icesi, toman forma y se re-significan en el discurso de sus estudiantes, docentes y egresados, quienes interactúan con un campo de acción que constantemente exige de manera difusa conocimientos que van más allá de los planteamientos tradicionales del diseño.

Diseñar en Colombia, diseñar en la Icesi

El diseño industrial en Colombia

Para comprender las relaciones que se tejen y construyen la apuesta institucional del programa de Diseño Industrial de la Universidad Icesi, es importante iniciar reconociendo el marco histórico de la aparición y consolidación de los programas de Diseño Industrial en el país, esto con el fin de articular la experiencia del diseño en la Universidad Icesi con un marco académico nacional.

Al analizar el contexto general del diseño en Colombia, nos centramos específicamente en dos cuestiones: diseño desde la academia y diseño desde el mercado laboral. Sin embargo, estos dos ámbitos convergen para poder comprender la situación general de la disciplina: no podemos entender uno sin entender el otro. Hay, pues, una relación dialógica en ambos contextos.

El diseño industrial en Colombia inició un proceso de consolidación académica hacia la década del 60 con el estímulo de temas coyunturales relacionados con el desarrollo económico en el país y con las apuestas institucionales de ciertas universidades. Hacia 1973 y 1977 se formalizaron los primeros programas de diseño industrial en el país, en un principio en la Universidad Jorge Tadeo Lozano.

Sin embargo, cabe señalar que un rol importante dentro de este proceso de consolidación académica lo juegan los arquitectos formados entre 1954 y 1974 de la Universidad Nacional de Colombia y por un grupo de intelectuales influenciados por el conocimiento concebido en la escuela de *Fine Arts* en Estados Unidos. Para Buitrago, “el diseño industrial es la disciplina que está llamada a hacer del desarrollo del país una realidad coherente si se tiene en cuenta que el punto de partida de su trabajo debe ser la resolución de las necesidades de “nuestro pueblo” procurando su calidad de vida (...) jalonando así una cultura industrial considerada por ellos más moderna para su eficaz inserción en los mercados” (Buitrago, 2012, 103).

De esta manera se pensó un énfasis para la construcción académica del diseño a partir de tres escenarios según diría Buitrago: por dinámicas para el desarrollo económico, la idea de procurar el bienestar social y la calidad de vida de la población. Así mismo, entre sus dinámicas, muchos de los discursos parecían estar soportados por la expectativa de la exportación. Por esto, fue fundamental el interés del programa por inscribir el trabajo académico en torno a proyectos que resultaban ser partícipes de los renglones de exportación colombiana en la década de los setenta (Buitrago, 2012, 86).

Con el nombre de *Instituto Superior de Diseño y Proyectos para la industria* (IDI), la Universidad Jorge Tadeo Lozano, como lo mencionamos arriba, fue la primera institución que presentó el Diseño Industrial como carrera, bajo la dirección del italiano Julio Vinaccia en el primer periodo de 1973. Según Buitrago, “esa iniciativa tuvo como trasfondo un programa académico que pudiera preparar profesionales que fueran al mismo tiempo economistas (...) y proyectistas de diseño industrial (...) que (pudieran) llenar este vacío en la producción industrial nacional, facilitando su rápido y exitoso desarrollo” (Buitrago, 2012, 86).

Diseñar en la Icesi

Con el propósito de conectar el panorama nacional descrito anteriormente con la práctica del Diseño Industrial en la Universidad Icesi, se hace válido analizar y resumir el discurso de los docentes vinculados al programa académico: profesionales que en la mayoría de los casos han tenido nutridas experiencias laborando en el sector productivo o emprendiendo proyectos empresariales propios.

La experiencia de la diseñadora Doris James, que ejerce como docente tiempo completo para el Departamento de Diseño de la Universidad Icesi, nos puede ir dando luces sobre este tema. Doris James tiene una perspectiva clara de la función del diseño industrial. Para ella esta profesión “debe lograr concebir, elaborar y solucionar necesidades de un grupo de individuos”⁵. Con este postulado en firme llegó a Cali después de terminar sus estudios de pregrado en Bogotá, encontrándose con un campo del diseño poco desarrollado y todavía por construir en términos empresariales y académicos. A pesar de esto, Doris logró emplearse como diseñadora en una empresa de mobiliario, espacio en el que lograría comprender las lógicas de producción del sector real, conocimiento que posteriormente llevaría a la academia. Dada su experiencia y calidad profesional, decidió empezar a ejercer la labor académica haciendo parte del equipo de docentes que puso en marcha el programa de Diseño Industrial en la Icesi en el año 1998 y que graduó su primera promoción en el 2003.

La apuesta de Doris, desde sus inicios como docente del programa, era formar diseñadores que se integraran al sector productivo de manera estratégica, intentando desarrollar con sus saberes propios propuestas de mejoramiento en los sectores productivo y social. Sin embargo, esta postura se fue disipando poco a poco debido al desconocimiento que se tenía, y sigue teniendo, en el mercado laboral sobre el oficio y la experticia de un diseñador industrial.

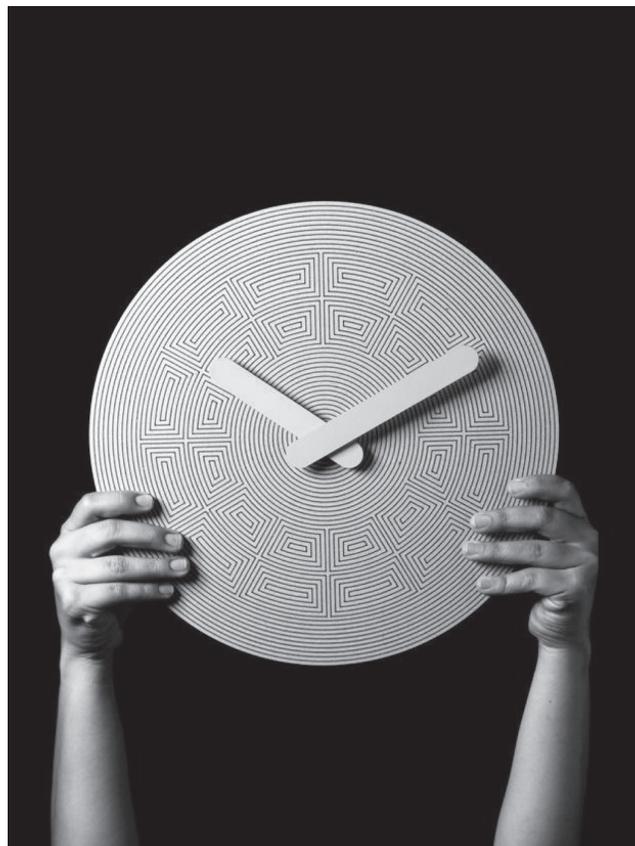
Fue por esta razón que Luis Mejía, director actual del programa, propuso que el discurso disciplinario tenía que ajustarse a la realidad del mercado laboral, teniendo que transformar el enfoque del plan curricular de forma substancial. Por esto, el nuevo pensum brinda a los estudiantes herramientas de creación, gestión y planeación que les permite asumir nuevos roles al interior de las organizaciones o en sus proyectos de emprendimiento: cuestión que, como sostendremos más adelante, se hace fundamental para el diseñador industrial de hoy.

En síntesis, el nuevo enfoque busca que el diseñador industrial ocupe un puesto en la organización, gracias al discurso de la creatividad, la innovación y la gestión con el que se está perfilando a los estudiantes. El diseñador en este nuevo esquema que propone el programa de la Universidad Icesi, debe dejar de ser visto como un técnico en el manejo de software para representación bidimensional o tridimensional: dichas técnicas sólo deben ser una parte del acervo que constituya su verdadero rol como emprendedores.

En esta apuesta coinciden el resto de docentes entrevistados, para los cuales el diseñador industrial dedicado al diseño de “objetos bonitos”, representa una imagen de otro tiempo. En este sentido argumentan que el valor del diseñador actual debe construirse a partir de su posibilidad de establecer sinergias con otros campos de conocimiento y, sobre todo, por su capacidad de comprender la realidad a partir del desarrollo de competencias en investigación.

Es probable que lo descrito anteriormente no alcance a recoger toda la apuesta académica del programa de Diseño Industrial de la Universidad Icesi y del desarrollo de esta profesión en Colombia. No obstante, se puede hallar una serie de pistas para comprender mejor el caso del diseñador que se presenta a continuación en el cual, guardando las proporciones metodológicas, se pueden observar representadas las diferentes apuestas del diseño Industrial en Colombia y en especial en la Universidad Icesi.

El caso de Alejandro Delgado y el diseño industrial en la Universidad Icesi



Fuente: Archivo personal de Alejandro Delgado.

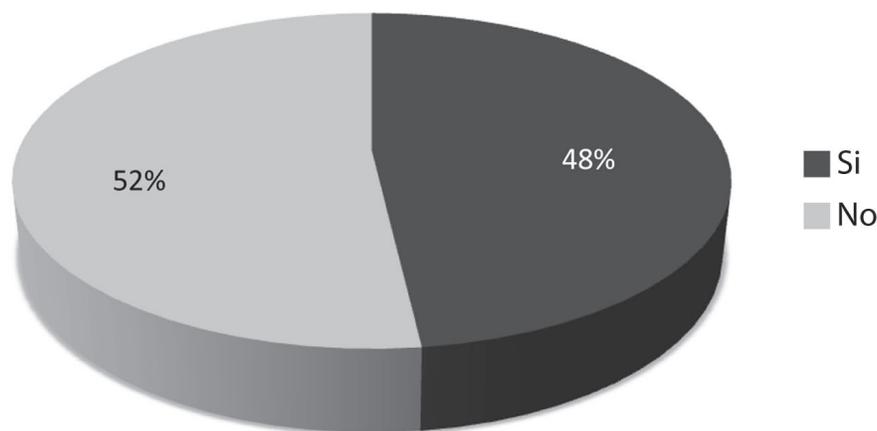
Después de analizar y sintetizar el discurso institucional que conforma y orienta el programa de Diseño Industrial de la Universidad Icesi, metodológicamente es propicio acercar la mirada y observar con detalle un caso en particular. Por ello se ofrece, a continuación, el resumen del trayecto biográfico de Alejandro Delgado, diseñador industrial con 30 años de edad y 5 como egresado de la universidad en mención. Alejandro condensa en su relato, y en el análisis que de él se sustrae, una manera de entrar al campo de las relaciones que componen aquello que podemos denominar “ser diseñador en nuestra época”. Denominación que desde una perspectiva sociológica sugiere comprender un oficio y una profesión marcados por unas profundas complejidades que van desde su componente artístico hasta su in-definición en términos laborales y salariales.

Las motivaciones de un diseñador, las motivaciones de Alejandro...

Un primer acercamiento a la vida de Alejandro sorprende un poco. Había realizado sus estudios de básica primaria y secundaria en un colegio militar, y en esos primeros años no mostraba, ni se percató, de tener ningún tipo de inclinación hacia el arte. Situación que denota cierta particularidad y que posiblemente demarca la trayectoria de Alejandro como diseñador, sus búsquedas y posibles elecciones en la vida académica y profesional. Regularmente los diseñadores encuentran sus primeros contactos con los procesos básicos de composición formal y experimentación con lo estético en su formación básica primaria o secundaria (Potter, 1999); en estos escenarios se van configurando los elementos que terminarán por catalizar una idea del ejercicio creativo que después mutará hacia una opción profesional.

Gráfico No. 1

¿La institución educativa donde realizó sus estudios de secundaria tiene orientación en disciplinas artísticas?



Fuente: Datos propios.

Como es visible en el Gráfico No. 1- a partir de una encuesta realizada a estudiantes de diseño industrial de la Universidad Icesi en las diferentes fases académicas⁶- el 52% de los encuestados respondió no haber estudiado en instituciones educativas con orientaciones artísticas, mientras el 48% restante afirmó que sí lo había hecho. Si bien la diferencia porcentual no es significativa, sí es importante observar cómo, para el caso particular de los estudiantes de la Universidad al igual que ocurrió con Alejandro, la socialización artística institucional anterior a la universitaria pareciera no incidir mucho en lo relativo a la configuración de una vocación por el arte o el diseño: la apropiación hacia la disciplina y sus discursos ocurre en las aulas de la educación superior. Como sostiene Norberto Chaves, en el mundo del diseño actual hay una disminución en los trabajos relacionados con la conciencia hacia la disciplina, “la práctica del diseño ha ido cambiando y la conciencia profesional pareciera reducir estas transformaciones- profundas y significativas- a meros cambios de lenguajes o modas, o a la mera evolución ‘natural’ del gusto” (Chaves, 2002, 14).

Por esto, escuchar la narración de Alejandro y observar que le traía sin cuidado los problemas de la estética y la creatividad desde su proceso educativo, invita a buscar el cruce de variables desde otro enfoque, dar un giro a la interpretación sociológica tradicional. Por ello comprender el perfil de un diseñador es una tarea en la que los elementos de la *cultura laboral* que componen esta profesión no obedecen a un orden claro (Reygadas, 2002). No hay que olvidar que el “ser diseñador” representa una apuesta que le apunta al juego, al disfrute, a la innovación mediante la creatividad, variables que constantemente se actualizan y que tienden a ser inconmensurables (Galán, 2008).

Lo normal hubiese sido articular una historia de vida contando con la educación como elemento que determinara las elecciones y los itinerarios del sujeto. El diseñador debía ser el producto, entre otras cosas, de un acontecimiento o conjunto de acontecimientos y prácticas educativas que le hubiesen descubierto el mundo del arte y el diseño como una experiencia de vida válida, tal y como se señala en (Ruiz, 2011). Pero en este caso el interés por la exploración estética provenía de otro lugar.

Durante su infancia Alejandro, que gustaba de dibujar modelos de carros mientras estaba en clase en el colegio –mientras sus compañeros repasaban la historia del ejército de Colombia- tuvo la oportunidad de observar regularmente la lucha de su tío Juancho con los proyectos y las maquetas que debía realizar para sus clases de arquitectura. Recuerda que entonces colaboraba pasando el pegante o sosteniendo la pieza que poco a poco empezaba a representar un edificio.

Por otro lado estaba la influencia del abuelo, que trabajaba como bibliotecario del Conservatorio de Cali. Este abuelo era el representante de la mística del espacio en el que se imparte tradición y arte. Tío y abuelo, como variables, tal vez y en términos de estética expandida, podrían aportar datos relevantes para explicar las motivaciones que llevaron a Alejandro a matricularse en el programa de Diseño Gráfico del Instituto Departamental de Bellas Artes en Cali.

Bellas Artes, un no-espacio

Después de graduarse del colegio, Alejandro decidió sondear el panorama de los programas de diseño en la ciudad de Cali. En ese entonces existían tres opciones para estudiar esa carrera: el programa de Diseño Industrial en la Universidad del Valle, el programa de Diseño Gráfico en el Instituto Departamental de Bellas Artes y el programa de Diseño Industrial en la Universidad Icesi.

La opción de Icesi fue descartada debido a los costos del programa y a que la situación familiar no era apta para asumir el gasto que representaba el valor de la matrícula. La opción de la Universidad del Valle lo sedujo principalmente por la imagen de la institución.

Al final se decidió por presentarse a la Universidad del Valle aunque le preocupaba el poco tiempo de funcionamiento que tenía el programa en ese entonces. Fue admitido, pero, dado que el período entre inicios de cohorte era anual, tenía que esperar seis meses en casa para poder iniciar clases. Esta situación le hizo cambiar de rumbo.

Los recuerdos del Conservatorio, de las mañanas y las tardes visitando al abuelo en la biblioteca del Instituto Departamental de Bellas Artes, emergieron, y la posibilidad de que pronto se abriría un programa de Diseño Industrial en esta institución, lo impulsaron a presentarse al programa de Diseño Gráfico de esta Universidad.

Su experiencia en el Instituto tuvo varios matices. Por un lado disfrutaba las clases con viejos y reconocidos maestros, que narraban con destreza y propiedad los vericuetos de la historia del arte. Pero por otro lado no comprendía ciertas prácticas burocráticas que torpedeaban procesos académicos y le restaban posibilidades pedagógicas a su formación como diseñador.

Con el paso del tiempo la problemática burocrática empezó a tornarse insoportable y la promesa de la apertura de la carrera de Diseño Industrial no se cumplió. La imposibilidad de explotar su sensibilidad de diseño en un adecuado ambiente académico, las limitaciones del espacio físico del Instituto, y el desengaño con respecto a la carrera de Diseño Industrial, fueron los determinantes que lo llevaron a abandonar este proyecto de vida, en el cual no encontró el entorno pedagógico que conectara sus formas de trabajo con la metodología de la institución, aspecto central y determinante en la constitución de una identidad como diseñador (Mosquera, 2009).

Aprender a diseñar en Icesi

Alejandro tenía una profesora en el Instituto Departamental de Bellas Artes, quien también ejercía como docente en la Universidad Icesi –Doris James-. Fue ella quien lo puso al tanto de la existencia de la carrera de Diseño Industrial en esta última Universidad. Gracias a su influencia, Alejandro se decidió y fue a visitar dicha Universidad y le gustó el campus.

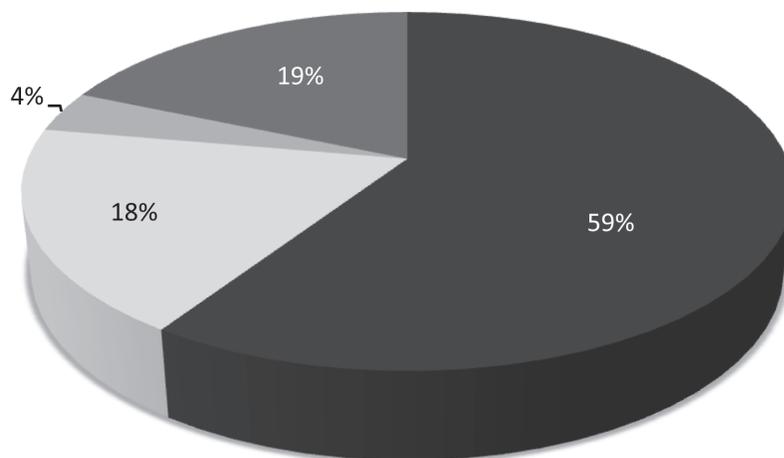
En ese entonces no existían pruebas para el ingreso a la carrera de Diseño Industrial en esta institución. Alejandro ingresó como estudiante regular en enero del 2003. Eran pocos los estudiantes que hacían parte de su grupo y sentía temor de que sus compañeros fuesen a ser todos de altos estratos socioeconómicos. Sin embargo, pronto descubrió que no era la situación y la Universidad llenó sus expectativas, entre otras cosas, porque poseía zonas verdes, las cuales brillaban por su ausencia en el paisaje céntrico del Instituto Departamental de Bellas Artes.

Un factor interesante es ver cómo para los encuestados de diseño industrial, a partir de la Gráfica No. 2, el campus universitario (infraestructura, bienestar universitario y demás) representó la razón con menos peso porcentual para ingresar a la Universidad Icesi. Contrario a la decisión de Alejandro, sólo el 4% vio este factor como determinante, siendo la “alta exigencia académica” con un 59%, la razón principal para tomar la decisión de ingresar a dicha institución.

Gráfico No.2

¿Qué factor consideró determinante para ingresar a la Universidad Icesi?

- Alta exigencia académica
- Vínculo con instituciones académicas a nivel internacional
- Campus universitario (infraestructura, bienestar universitario, etc.)
- Becas y ayudas económicas



Fuente: Datos propios.

Para pagar la matrícula y costear los gastos que se derivaban de la vida académica, Alejandro recurrió a un préstamo con el Icetex y contó con el apoyo económico de su madre. En el ambiente de Icesi, y gracias a las dinámicas institucionales, pudo dar vuelo a su capacidad creativa, en principio movilizadas por su sueño de diseñar carros.

En el momento en que Alejandro ingresó a la carrera no se había graduado la primera promoción. El grupo era muy pequeño y se mezclaban los estudiantes de todos los semestres. Esto generaba la posibilidad de que se produjeran relaciones muy estrechas y afectos muy profundos.

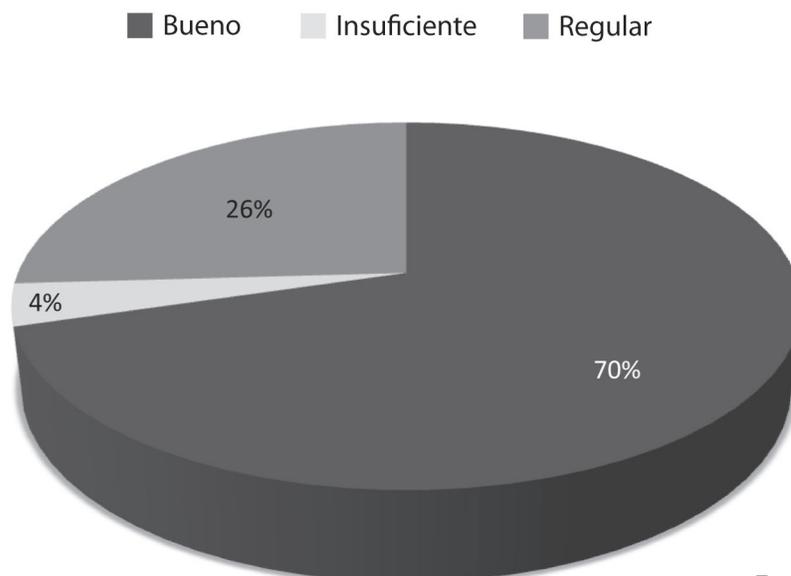
Adicionalmente, la experiencia de compartir cursos con estudiantes de otras carreras, significó una apertura del horizonte de expectativas de Alejandro y fue importante para que se sintiera a gusto en el ambiente universitario. Así mismo, la personalización de las clases fue importante para que Alejandro se fuera sintiendo cada más cómodo con la institución.

Cuando Alejandro entró a la Universidad, ésta aún era relativamente pequeña. Los programas eran pocos y solían estar centrados en el área de los negocios y la administración. De todos modos, ya comenzaba a avanzar el proceso de crecimiento, de acreditación y de apertura de nuevas carreras.

Desde el comienzo, Alejandro vio a la Universidad como un espacio en el que podía explorar y pulir las posibilidades de su talento como diseñador. Las calificaciones numéricas pasaban a segundo plano y lo más importante era tener cada vez más claro por qué había escogido el Diseño Industrial como profesión. Por este motivo Alejandro no se involucró demasiado en las dinámicas de competencia académica centradas en la nota que son características de esta Universidad; por el contrario basaba su experiencia académica en prácticas de solidaridad y colaboración muy comunes en los estudiantes de diseño (Ovalle, 2005).

Gráfico No. 3

Califique el nivel académico de los estudiantes de Diseño Industrial



Fuente: Datos propios.

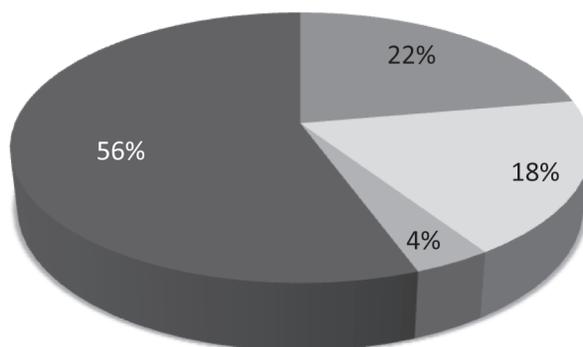
Desde los primeros semestres el talento y la claridad conceptual que Alejandro poseía empezaron a hacerse evidentes y pronto se convirtió en el referente de compañeros y compañeras que lo consultaban para que les ayudara con sus trabajos. Como se observa en el Gráfico No. 3, el 70% de los encuestados calificó el nivel académico de los estudiantes de diseño industrial como bueno, el 26% como regular y sólo el 4% como insuficiente. Estas cifras evidencian la representación que tienen los estudiantes de diseño industrial de la Universidad con relación a sus compañeros, dada la cercanía en los vínculos que se genera por el promedio de estudiantes por curso, el cual no supera la cifra de 25.

Simultáneamente, Alejandro se sentía atraído por el abordaje de la disciplina del diseño que caracterizaba los cursos de los profesores más centrados en los aspectos conceptuales de su disciplina. En ese entonces, para Alejandro el Diseño era principalmente un medio de expresión y una metodología para llevar a la realidad sus sueños. Los estudiantes encuestados parecen coincidir con la visión de Alejandro como vemos en el Gráfico No. 4. Según el 56% de los encuestados, su mayor fortaleza como estudiantes de diseño industrial se centraba en la investigación y conceptualización para la elaboración de proyectos, seguida de la creatividad con un 22% y la disposición para trabajar en grupo con un 18% y la experiencia para trabajar en grupo con un 4%: el manejo de software no es significativo, sólo el 4% lo percibió como fortaleza.

Gráfico No. 4

¿Cuál considera usted que es su mayor fortaleza académica como estudiante de Diseño Industrial

- Creatividad
- Disposición para trabajar en grupo
- Experiencia en el manejo de Software para diseñar
- Investigación y conceptualización para la elaboración de proyectos



Fuente: Datos propios.

Esta pregunta en particular deja considerar lo que hemos propuesto en el presente trabajo: la dispersión a la que se enfrentan los actores involucrados en las dinámicas del diseño industrial en la Universidad en términos de la apropiación de un discurso disciplinar específico. No hay, pues, un consenso más generalizado con relación al discurso, pero sigue predominando la creatividad y la investigación y conceptualización para la elaboración de proyectos, que llamaremos “gestión”, como los discursos que van tomando forma, re-significándose y perfilándose en los estudiantes.

Por eso, el ambiente académico de Icesi le dio la oportunidad a Alejandro de formar una base metodológica fuerte para su ejercicio profesional, una red de contactos y la posibilidad de empezar a trabajar en problemas de diseño reales propuestos por empresas.

En el campo laboral, Alejandro no se visualizaba haciendo práctica en una empresa. Su idea del diseñador era la de un productor independiente en el que la veta artística y la creatividad independiente, primaran por sobre las dinámicas industriales. En este sentido, la formación recibida en Icesi le sirvió para asumir el riesgo de intentar desarrollar un proyecto personal y empresarial.

Trayectoria laboral: entre lo social y lo empresarial

Para empezar a analizar la trayectoria laboral de Alejandro como diseñador, es importante remitirse a su primer “gran” proyecto, el cual realizó siendo aún estudiante pero que, dada sus características e importancia, representó un primer acercamiento de diseño para casos concretos y reales. Este primer proyecto se denominó *Tuto* y fue presentado como su trabajo de grado para optar al título de diseñador industrial. De acuerdo a los parámetros de la Universidad Icesi se buscó que los estudiantes de diseño industrial realizaran un proyecto en dos semestres en el que se debía pasar por una fase ardua de investigación y conceptualización en el primer semestre, para después culminar con la formalización y materialización de un prototipo en el segundo semestre.

Para estos casos se les exigió a los estudiantes que su proyecto tuviera un alto componente de innovación y creatividad, por lo que Alejandro empezó su proyecto decidiendo vincularlo a la línea conceptual que proponía el diseño socialmente responsable (Barrera y Quiñones, 2008), tendencia que cada vez tomaba mayor arraigo en el campo del diseño y que tiende a invitar y modificar las estructuras que edifican la producción de proyectos de diseño y su incidencia en la sociedad (Chaves, 2002).

En el marco de estas lógicas de producción, Alejandro se aventuró con un proyecto como *Tuto* que, en términos de diseño, *consistió básicamente en una estación portátil de trabajo para el análisis de tortugas marinas*. Hubo dos circunstancias que Alejandro valoró en este proyecto. La primera tuvo que ver con el proceso de investigación que derivó en la conceptualización de la propuesta, el trabajo de campo realizado en el pacífico colombiano y la interacción con los biólogos –posibles usuarios de la estación- y las especies animales afectadas por el proyecto. La segunda hacía referencia al premio *Lápiz de acero 2010* en la categoría concepto de diseño. Este galardón significó mucho para Alejandro, ya que le confirmaba una vieja máxima académica del diseño: *todo proyecto que incluya un buen proceso de investigación y una comprensión adecuada del usuario y el contexto, será verdaderamente significativo* (Bonsipie, 1978).

Pero a pesar de la satisfacción académica por el proyecto, el reconocimiento social obtenido por el mismo y la intención de Alejandro por empezarlo a producir de manera seriada, *Tuto* se quedó como un proyecto significativo, pero que no logró incidir en el contexto para el que fue diseñado. Diversas trabas burocráticas y el desconocimiento de instituciones privadas y públicas acerca de este tipo de proyectos, cerraron el camino de su producción, situación que siempre termina por torpedear este tipo de iniciativas en el país, tal y como lo señalan (Barrera y Quiñones, 2008). Alejandro, por lo tanto, decidió tomar nuevos rumbos y encaminar su trayectoria laboral como diseñador hacia otras formas de producción un poco más “tradicionales”.

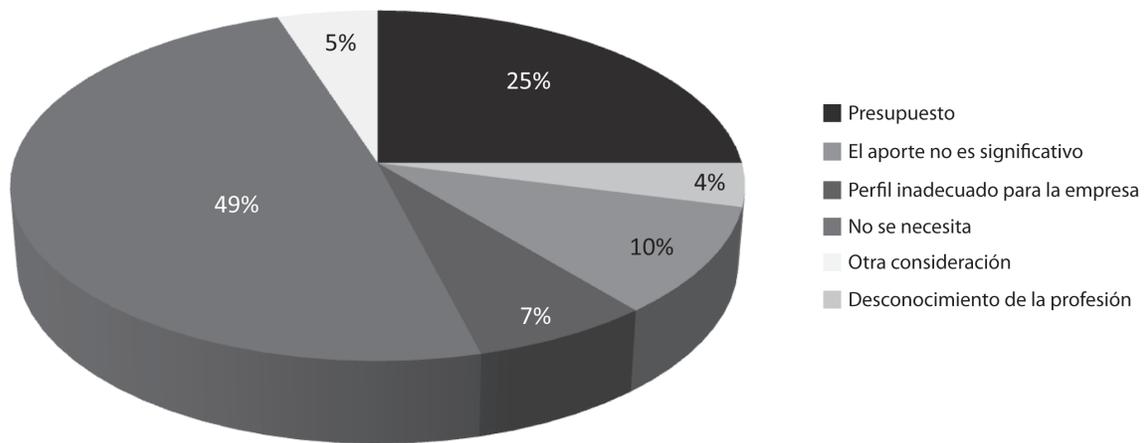
En el año 2011 decidió arrancar con su propio estudio de diseño: “2y1Dea”. Este proyecto inició con el diseño de una serie de relojes elaborados a partir de materiales amigables con el medio ambiente y con una línea estética y formal muy cercana a las representaciones genuinas de la cultura latinoamericana. El estudio no podía tener otra sede que su casa; en ese espacio donde Alejandro dio sus primeros pasos como diseñador, ayudándole a su tío estudiante de arquitectura, se constituyó como su primer taller de producción con la colaboración de una prima: de nuevo la familia en toda esta dinámica.

El proyecto y los relojes empezaron a ser bien recibidos por los usuarios y el proceso como tal ya tomaba más rasgos empresariales; por ello, Alejandro decidió establecer una alianza con otra empresa de diseño para que le colaborara en todo lo relacionado con ingeniería de producto y comercialización. Sin embargo, a pesar de la buena aceptación del mercado hacía los relojes y de lo estratégico de las alianzas que se establecieron, el proyecto se estancó y poco a poco se fue diluyendo. De un proyecto que había aumentado su producción con una estructura organizacional más acorde a las lógicas empresariales contemporáneas, se pasó nuevamente al taller artesanal y a formas de comercialización más alternativas.

Alejandro no ha analizado este asunto como un traspie; por el contrario, ha explicado esta situación tomándola como un ejemplo más de cómo el campo del diseño y los agentes que lo representan en Colombia, aún no están preparados para emprender y consolidar procesos empresariales que empoderen al diseñador y su manera de producir en el marco de referencia que exige la dinámica de la innovación (Arango y Hurtado, 2012).

Gráfico No. 5

¿Por qué no se han vinculado diseñadores en sus empresas para 2010?

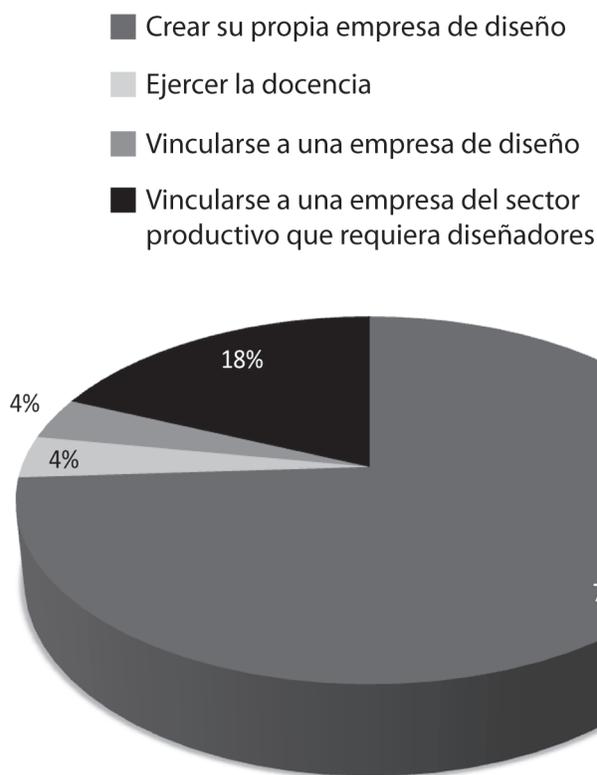


Fuente: Caracterización del diseño en las MIPYMES colombianas, (2010).

Como lo muestra el Gráfico No. 5- según un gran sondeo realizado a diversas MIPYMES colombianas- a la pregunta “¿por qué no han vinculado diseñadores a las empresas?”, la respuesta que más relevancia asoma, con el 49%, es sin duda “no se necesita”. Según esto, casi la mitad de las empresas sondeadas no necesitan diseñadores en su organigrama. Más aún llama la atención observar que las dos siguientes mayores respuestas en representatividad, tienen que ver con “por presupuesto” y “porque su aporte no es significativo” con el 25% y 10%, respectivamente. Esto quiere decir que en el 84% de las respuestas, implícitamente, no se ve el diseño como una opción importante y necesaria para las dinámicas organizacionales de las MIPYMES. En pocas palabras a nivel nacional, el diseño en general no presenta mayor relevancia en términos de participación en el mercado laboral, en las MIPYMES, mostrando un panorama poco alentador en lo concerniente a la incursión de diseñadores en las interacciones empresariales, fenómenos por los que Alejandro tuvo que pasar en su incursión como empleado y como emprendedor.

Gráfico No. 6

¿Cuál de las siguientes opciones representa mejor su aspiración laboral como diseñador?



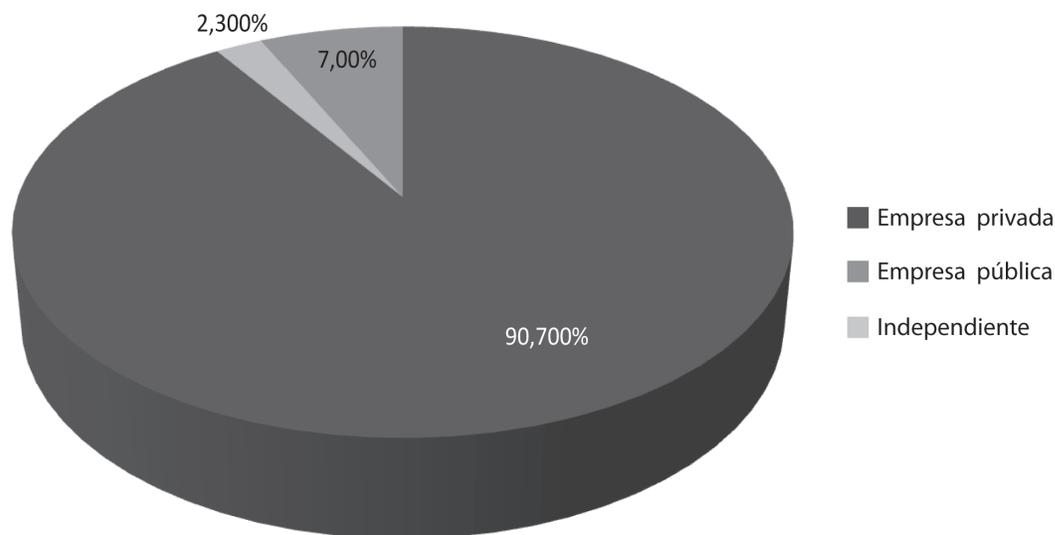
Fuente: Datos propios.

De hecho no fue raro el que Alejandro hubiera apelado a la creación de empresa como una opción para aplicar el diseño. Según EL Gráfico No. 6, para el 74% de los encuestados, la opción que representa mejor su aspiración laboral como diseñador, es el de crear su propia empresa de diseño. Esto tiene mucho sentido si vemos que la Universidad Icesi fue fundada por empresarios y por la empresa privada. Así mismo, en el interior de cada una de las disciplinas, la idea es formar diseñadores con arcos de la creación de sus propias empresas o como excelentes profesionales, sobre todo, del sector privado: de ahí que la segunda respuesta con mayor representatividad haya sido el de vincularse a una empresa del sector productivo que requiera diseñadores.

Después de su experiencia con “2y1Dea”, Alejandro decidió probar suerte en el sector privado buscando empleo como diseñador en estudios de diseño consolidados o en agencias de publicidad, siguiendo la tendencia que muestra el Gráfico No. 6. En la ciudad de Cali no se cristalizó esta apuesta, por lo que decidió voltear su mirada hacia

Bogotá, ciudad en la que logró encontrar su oportunidad en una agencia grande de publicidad. Alejandro fue contratado como diseñador industrial y su función consistió en apoyar las campañas y estrategias que propusieran el equipo creativo de la agencia, conformado en su mayoría por publicistas. En este escenario Alejandro conoció los dramas salariales y creativos que construyen el oficio del publicista (Salive, 2012). Desanimado por estas circunstancias y ya conociendo más el mercado laboral de la capital, decidió buscar otras opciones pudiendo encontrar aquella en la que se desempeña en la actualidad.

Gráfico No. 7
Sectores laborales en los egresados de Diseño Industrial 2007-2012



Fuente de los datos: Centro de Desarrollo profesional, CEDEP, (2012).

Soportando la idea anterior acerca del peso discursivo de la Universidad en la constitución de un escenario de trabajo para los egresados, ya sea la creación de empresa o la formación de un ideario hacia la empresa privada, vemos en el Gráfico No. 7, que entre 2007 y 2012 ya en el país o fuera de él o como empresarios, el 90,7% de los egresados de diseño industrial de la Universidad se encontraban en el sector de empresa privada. Así mismo, tan sólo el 7% se encontraban trabajando de manera independiente y el 2,3% en empresa pública.

De estos datos podemos resaltar varios aspectos. En primer lugar el hecho de que se refuerce nuestro planteamiento en términos de la correlación existente entre el discurso de la Universidad Icesi de formar empresarios o profesionales para la empresa privada, con gestión y creatividad como pilares discursivos, con una inmensa mayoría de estos egresados en este tipo de empresa como lo reflejan los gráficos anteriores.

También es relevante cómo el mito o el imaginario de los diseñadores como los “freelance por excelencia”, por lo menos para diseño industrial de la Universidad Icesi en los años del estudio, queda en entre dicho cuando vemos que sólo el 7% de los diseñadores industriales apelaron a este sector. Esto anterior, claro está, también fortalece el primer argumento, pues de ese 7% para diseño industrial podríamos afirmar, sin ánimo de equivocarnos, que la mayoría obedeció a trabajos terciarizados a empresas privadas⁷.

La actualidad de Alejandro y del diseño.

Alejandro, en la actualidad, oficia como diseñador en una agencia de diseño fundada por otros egresados de la Universidad Icesi. En este proyecto, a diferencia de la agencia de publicidad, se siente más a gusto; en palabras de él, se siente más “diseñador”. Esto, claro está, debido a que el clima laboral en este espacio hace más fácil y gratificante la labor creativa que tanto le fue representada en las aulas.

Es tal su sintonía con este nuevo empleo, que Alejandro y sus jefes vislumbran la opción de buscar un nuevo modelo de contratación para él, un acuerdo en el que pueda officiar como socio en algunos proyectos, buscando dinamizar la estructura comercial de la empresa a partir de su aporte estratégico (Buil y Martínez, 2005). Su sensación de bienestar también proviene de la posibilidad que le permite este empleo de continuar de manera tangencial con “2y1Dea”. De hecho hace poco firmó un acuerdo con una agencia de diseño italiana, que empezará a producir y distribuir sus relojes por todo Europa.

En pocas palabras, Alejandro en la actualidad representa un diseñador de su tiempo, un sujeto enmarcado en las lógicas de la desregularización laboral. En el diseño de hoy, se hace necesario saber gestionar y tener conciencia de las transformaciones que llegarán con las creaciones, a nivel social. Lo que nosotros planteamos es que el mercado laboral más que fijarse en si el profesional es diseñador industrial, gráfico, de modas o de medios, se fijan en si, además de hacer “eso que hacen los diseñadores” sin distinción por especialización, pueden o no gestionar y gestionarse en la empresa y saber qué cambios surgirán con ese valor que le incluye el diseño a los objetos o a lo intangible. En últimas, a las empresas les interesa que el diseñador diseñe, se gestione y sepa qué acontecerá en términos de sus creaciones: es, pues, el proceso en el que lo que hace el diseñador se homogeniza, es decir, todo queda reducido a esas funciones, independientemente de la especialización, dentro del diseño como oficio ad hoc.

Conclusiones

El caso de Alejandro Delgado visto desde la perspectiva del desarrollo del diseño industrial en Colombia y desde el discurso institucional que orienta la práctica de esta disciplina en la Universidad Icesi, permite plantear una serie de interrogantes y cuestionamientos relacionados con este oficio en Colombia.

En primera instancia es válido cuestionarse acerca de la actualización y pertinencia de los programas de diseño industrial en el país, teniendo en cuenta sus objetivos y estructuras académicas. Regularmente se encuentran programas muy atractivos pero que poco tienen que ver con la realidad de la sociedad colombiana en términos sociales y productivos. Por ello muchos diseñadores deambulan por las organizaciones o por el mercado laboral desarrollando actividades en las que se subvalora la formación académica que recibieron durante su paso por la universidad.

En este aspecto también vale la pena preguntarse por el conocimiento que tiene el sector productivo y la población en general acerca del papel del diseñador, pues el desconocimiento de esta cuestión provoca una fractura entre lo que ofrece un diseñador y lo que espera la sociedad de él. Por ello, aún en Colombia, es prematuro hablar de una cultura de diseño que logre promover políticas públicas en pro del desarrollo del país.

Por otra parte, también vale preguntarse ¿hacia dónde se dirige el mercado laboral de los diseñadores industriales? Y ¿cómo asumen los programas académicos de diseño los nuevos rumbos de la profesión? Es claro que estos dos interrogantes han sido respondidos con acciones por parte de las universidades. Pero estas acciones deben ir más allá de lo que han planteado hasta ahora, es decir, no basta con proponer la solución del emprendimiento como una respuesta a la baja inserción de los diseñadores a las empresas, pues ya hemos analizado lo complejo que se torna para un diseñador emprender y sobrevivir gestando una empresa propia; ni tampoco basta con capacitar al diseñador para que se adapte al entorno organizacional, ya que probablemente será contratado bajo la modalidad de prestación de servicios y en periodos muy cortos de tiempo o, en el mejor de los casos, será contratado para realizar actividades diferentes a las que demarca su profesión.

En el marco de estos interrogantes, parece que el programa de Diseño Industrial de la Universidad Icesi ha tomado medidas adecuadas para adaptar a sus egresados y estudiantes al contexto del diseño en Colombia, a partir de los discursos de gestión y creación en torno al emprendimiento. Sin embargo, también se puede observar al analizar el caso de Alejandro Delgado, que no basta con los esfuerzos que realiza la academia desde sus claustros, si ésta no diseña estrategias y proyectos que trasciendan más allá de lo académico y que se enfoquen en re-significar el oficio y la representación que se tiene del diseñador industrial en la sociedad

Notas

- ¹ Mauricio Guerrero Caicedo. Sociólogo, docente e investigador, vinculado a los departamentos de Estudios Sociales, Humanidades y Diseño de la Universidad Icesi. En la actualidad coordina el grupo seminario de Sociología del Diseño; su trabajo académico desde este espacio se centra en las diferentes relaciones que se establecen entre el diseño, el arte y la sociología. Email: mauricio.guerrero@correo.icesi.edu.co
- ² Juan David Mesa: Estudiante vinculado a los programas de Sociología y Mercadeo Internacional y Publicidad en la Universidad Icesi. Actualmente se desempeña como monitor de investigación en los proyectos “Creatividad y gestión: trayectorias laborales en los egresados de los programas de diseño de la Universidad Icesi” y “Diseñando e interpretando: los nuevos retos profesionales del diseñador”. Email: judamesa69@hotmail.com
- ³ Alejandra Zuluaga: Estudiante vinculada a los programas de Diseño Industrial y Sociología en la Universidad Icesi. Actualmente se desempeña como monitora de investigación en los proyectos “Creatividad y gestión: trayectorias laborales en los egresados de los programas de diseño de la Universidad Icesi” y “Diseñando e interpretando: los nuevos retos profesionales del diseñador”. Email: azulu14@hotmail.com
- ⁴ Término para hacer referencia a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.
- ⁵ Comunicaciones personales, Doris James, 2012.
- ⁶ Por un lado, la fase básica que va hasta quinto semestre y la fase profesional que va desde sexto semestre hasta la culminación de la carrera. Para el caso específico de esta investigación, se tomó una muestra de 30 estudiantes por medio de un muestreo no probabilístico por conveniencia: 15 de la fase básica y 15 de la fase profesional.
- ⁷ Con base a entrevistas, observaciones y experiencias relatadas de diseñadores de la Universidad Icesi, en trabajos anteriores en el seminario de Sociología del diseño.

Referencias

- Arboleda Ana María y Hurtado Andrés. (2012) Desarrollo de una marca-producto para Gesta Diseño® Un caso de innovación incremental. En: *Revista Estudios Gerenciales*, 28 (122), 181-199.
- Barrera, Gloria Stella y Quiñones, Ana Cielo. (2008). *Diseño socialmente responsable: ideología y participación*. Bogotá, Colombia: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Bonsipie, Gui.(1978). *Teoría y práctica del diseño industrial*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Buil, Isabel y Martínez, Eva. (2005). Importancia del diseño industrial en la gestión estratégica de la empresa. En: *Universia Business Review* 1 (8), 52-67.
- Buitrago, Juan Camilo. (2012). *Creatividad Social: la profesionalización del diseño industrial en Colombia*. Cali, Colombia: Programa editorial Universidad del Valle.
- Chaves, Norberto. (2002). *El oficio de diseñar. Propuestas a la conciencia crítica de los que comienzan*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Galán, María Beatriz. (2008). Relato de una experiencia docente: diseño y complejidad en cátedra de metodología en carrera de diseño industrial. En: *Revista Huellas*, 1 (6), 22-39.
- Mosquera, Jemay. (2009). Epistemología y didáctica del proceso de aprendizaje-enseñanza en arquitectura y diseño industrial. En: *Revista científica Guillermo de Ockham*, 7 (2), 33-49.
- Ovalle, Miguel Ángel. (2005). Constructivismo en la pedagogía del diseño industrial: ¿Qué aprenden los alumnos? En: *Revista de Estudios Sociales*, 1 (21), 37-52.
- Potter, Norman. (1999). *Qué es un diseñador: objetos, mujeres, mensajes*. Barcelona, España: Editorial Paidós.
- Reygadas, Luis. (2002). *Ensamblando culturas, diversidad y conflicto en la globalización de la industria*. Barcelona, España: Editorial Gedisa.
- Romero, Paulo Andrés y Bohórquez, Alfonso. (2010). *Estudio Estratégico y de Caracterización del Diseño en las MIPYMES colombianas*. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional.
- Ruiz, María Cristina. (2009). “Las diseñadoras y los diseñadores de nuestro tiempo o la poética del desarmar”. Monografía pregrado, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.
- Salive, María Clara. (2012). *El campo publicitario colombiano: entre los imaginarios y las condiciones objetivas del oficio*. Bogotá, Colombia: Ediciones Fundación Universitaria Central.
- Universidad Nacional de Colombia. (2012). # 11 *Revista Acto: Diseño y políticas públicas*, Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Facultad de artes.