

Qué es, cómo piensa y qué hace un diseñador estratega

Por Thales Aquino

El quehacer, la metodología y la entrega de valor de un nuevo tipo de diseñador.

«[...] para buscar la solución a los problemas hay que forzar la creatividad, no disminuirla; y para eso se necesita una subjetividad dotada de grandes recursos».

Marina (1992)

José Antonio Marina moldea de distinta forma aquello a lo que alguna vez se refirió Kant: «la inteligencia es sublime, el ingenio bello» (1764). Mientras Marina brinda poder a su definición de ingenio, la razón binomial kantiana se restringe en extremar dos polos de dicha complacencia, sin reconocerla como técnica. Para expandir tal comprensión a los alcances de la «resolución de problemas», conviene considerar el «papel de articulador» que emplea el diseño:

«Se debe tomar en cuenta que la interfaz no es un objeto, sino un espacio en el que se articula la interacción entre el cuerpo humano, la herramienta (artefacto [...]) y objeto de la acción. Este es, justamente, el dominio irrenunciable del diseño industrial y gráfico».

Bonsiepe¹

Del *Design Thinking* al Pensamiento Proyectual Sistémico

Adicionalmente a esas teorías, se incorpora la de Charles Owen, quien en 2007² propone el «pensamiento proyectual sistémico», una nueva «metodología de diseño». Intentando sistematizar la aplicabilidad del concepto anglosajón *Design Thinking* (Brown, 2009) a una realidad latinoamericana del aprendizaje de Diseño, González de Cossío & Morales Zaragoza (citando a Owen) ofrecen una alternativa complementaria al pensamiento científico en la interpretación de estos problemas, ya que permiten ampliar oportunidades y proponer soluciones innovadoras a cada contexto, la cual busca:

«Entender las problemáticas del individuo en su vida cotidiana, en su desempeño en el ámbito laboral, y en su relación con el entorno social, ambiental y cultural para proponer soluciones sistémicas; es decir, soluciones integrales y consistentes. [...] visualizar soluciones y mejorar los procesos de comunicación y desarrollo de [sus] actividades».

Morales (2014)

Según las autoras, es «pensamiento proyectual» porque parte de un «plan y disposición detallados que se forman para la ejecución de una cosa»,³ y es «diseño o pensamiento de ejecutar algo»,⁴ ya que implica el desarrollo y aplicación de un plan que se concretará en acciones y/o conocimientos. Y es «sistémico» porque se refiere a un sistema integral de objetos.

Trabajo en equipo versus sujeto colaborativo

Según Littman y Hershon: «Vivimos en la era del trabajo en equipo, obsesión que surgió cuando las multinacionales americanas empezaron a imitar la metodología de calidad y productividad de las empresas japonesas [Modelo Toyota]». Vislumbrando una especie de estancamiento creativo, se preguntan: «¿Qué habrá pasado al individualista audaz y decidido como Theodore Roosevelt, Benjamin Franklin y A. P. Giannini?» (2012).

El trabajo en equipo consiguió llevar adelante el esfuerzo individual no deseado en la empresa, al parecer no deseado, desequilibrado y hasta peligroso: «hoy en día el valor del grupo es considerado indiscutible en las empresas, en las universidades y es la misma Sociedad la que nos inclulca el concepto de que el equipo debe prevalecer por sobre el individuo». (Ibíd., 2012). Con su concepto de «solista», los autores destraban la conexión integral entre el esfuerzo individual y la cooperación. Esto coincide con diversos estudios anteriores como técnica para prevenir el *Groupthink* (o «mentalidad grupal» en traducción libre) y nos reta hacia una aguda consciencia de la diferencia entre «esfuerzo creativo-innovador» y la jerarquización de los equipos. También Michael R. Callaway y James Esser, Zenglo Chen, Belinda Bragg y Nehemia Geva, suelen alertar sobre el carácter cohesivo y problemático de la influencia de la mentalidad en la toma de decisiones, ya que en lugar de estimular, embota la creatividad de los participantes.

La cuestión de la intuición

En un aspecto diferente, Rubén Fontana sugiere en la intuición hay otra forma de racionalidad. Según Fontana, es en el depósito intuitivo donde almacenamos las experiencias que, por algún mecanismo paralelo al analítico, en determinadas circunstancias nos envían una señal. (Frascara, 2004). Con esta racionalidad intuitiva —muchas veces cuestionada por la academia—, es que el estratega ha logrado defenderse por medio de los resultados efectivos económicos y sociales que brinda al experimento, ocupándose tanto de la observación empírica como de la intuición, en su proceso multidisciplinario rumbo a la resolución de los más diversos problemas.

Brindando un «nuevo sentido», aparece un estudio de Donald Norman, en el que sugiere al diseñador prestar atención a la psicología de las distintas personas; revisando los límites de la cantidad de ideas que puede mantener en la memoria cada persona en un momento dado (1988).

Menos diseño centrado en el diseñador y más en las personas

Esta postura desde la óptica de Diseño en la poscontemporaneidad, es sustentada por Joseph Giacomini, cuando reafirma y manifiesta que:

«El diseño centrado en el usuario supone el uso de técnicas que comunican, interactúan, enfatizan y estimulan al usuario. Interpreta necesidades, deseos y experiencias que generalmente trascienden a aquellas que las personas creen que realmente las tienen». (2012)

A diferencia de la noción cuantitativa mercadológica,⁵ tal trascendencia explicada por Giacomini no se contenta en perseguir las interacciones entre usuario y dicha oferta solamente, sino se manifiesta más allá de los sesgos o asunciones del mercado, reiterando esa intuición transversal ocupada por este nuevo agente.

Denise Dantas se aproxima a un escenario ideal del Diseño Estratégico y de la Innovación, ubicando al sujeto como actor social. Presupone que se piense el diseño de «manera holística», integrándolo tanto a los abordajes orientados hacia la tecnología como hacia la sustentabilidad, en una visión tangible, capaz de promover una mejora real en la calidad de vida de las personas de manera individual o en su contexto social (2012).

¿Quién es el diseñador estratega?

El que considera aproximar la utilidad del ingenio, por medio de la materialización rápida; el que «diseña estrategias», a partir de su pensamiento sistémico; y que las corrobora en un «plan de acción contextualizado» con el fin último de brindar soluciones innovadoras a problemas en diversos ámbitos.

¿Cómo piensa el diseñador estratega?

Reconoce el espacio para la individualización del sujeto creativo-inventivo y su función de grupo; razona desde las «personas» (que pueden ser consumidores —de productos— o usuarios —de servicios—) para crear estímulos favorables a la innovación y responder plenamente a las cuestiones de «rentabilidad» sin dejar de considerar la «factibilidad» requerida en cada contexto.

¿Qué hace el diseñador estratega?

Profundiza (*learn*), descubre (*look*), cuestiona (*ask*), prototipa (*try*) y vuelve a analizar sus revelaciones (IDEO, 2003) hasta encontrar su «entrega de valor». Considera todos los aspectos posibles que brinden mayor entendimiento y mejor solución a los diferentes problemas.

Ahora que se han discurrido las competencias estratégicas e innovadoras de ese nuevo diseñador —que era el objetivo de este artículo—, como tarea restaría encontrar a estos profesionales potenciales en todos los campos en los que actúan (más allá de los despachos creativos), en pro de un futuro posible.

Publicado el 12/01/2016

1. A través de Luis R. Morales, en artículo del Cuaderno 49: 105-117.
2. Término originalmente ocupado por Charles Owen en el artículo *Design Thinking: Notes on its Nature and Use*, en 2007 y referido por las autoras María González de Cossío y Nora A. Morales Zaragoza, en el Cuaderno 49, 2014: 91-104.
3. WordReference (2010)
4. Adaptado de DRAE (2011)
5. Del término inglés *marketing*, al suministro de bienes o servicios para satisfacer las necesidades del cliente o consumidor (The Free Dictionary).

Bibliografía por orden de aparición:

- MARINA, José Antonio (1992). *Elogio y refutación del ingenio*. Premio Anagrama de Ensayo. Ed. Anagrama, Barcelona.
- KANT, Immanuel (1764). *Lo bello y lo sublime: ensayo de estética y moral*.
- MORALES, Luis R. (2014). *Hacia un diseño integral*. Cuaderno 49. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]. *El Diseño en foco: modelos y reflexiones sobre el campo disciplinar y la enseñanza del diseño en América Latina*. Año 15, Número 49, Septiembre 2014. pp. 105-117. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Buenos Aires.
- BROWN, Tim (2008). *Definitions of design thinking*.
- COSSÍO, María González de y ZARAGOZA, Nora A. Morales (2014). *El pensamiento proyectual sistémico y su integración en el aula*. Cuaderno 49. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]. *El Diseño en foco: modelos y reflexiones sobre el campo disciplinar y la enseñanza del diseño en América Latina*. Año 15, Número 49, Septiembre 2014. pp. 91-104. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Buenos Aires.
- LITTMAN, Jonathan & HERSHON, Marc (2012). *Odeio Gente! Título original I hate people!*; Editora Best Seller Ltda.; Rio de Janeiro, Brasil.
- FRASCARA, Jorge (2004). *Communication Design: principles, methods, and practice*. New York: Allworth Press.
- NORMAN, Donald (1998). *La Psicología de Los Objetos Cotidianos*. Título original: *The Psychology of Everyday things*, Editora Nerea.
- GIACOMIN, J. (2012). *Human Centred Design: a paradigm for 21st century enterprise*. Seminar. HCDI.
- DANTAS, Denise (2012). *Diseño centrado en el sujeto: una visión holística del diseño rumbo a la responsabilidad social*. Cuaderno 49. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]. *El Diseño en foco: modelos y reflexiones sobre el campo disciplinar y la enseñanza del diseño en América Latina*. Año 15, Número 49, Septiembre 2014. pp. 51-61. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Buenos Aires.
- IDEO (2003). *IDEO Method Card iPhone Application*.

FOROALFA

ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/que-es-como-piensa-y-que-hace-un-disenador-estratega>

