

María Eugenia Correa

UBA / CONICET

eugeniacorrea@sociales.uba.ar

Mesa de trabajo 7

Título: ¿Identidad desdibujada? Acerca de la conformación identitaria profesional del diseñador industrial

Resumen

La disciplina de Diseño Industrial cuenta con una trayectoria en nuestro país de más de 50 años. Esto si bien permite dar cuenta de una profesión consolidada, autónoma y altamente relevante en la actualidad, al mismo tiempo nos conduce a indagar acerca de la propia constitución de los diseñadores como profesionales. Esto, enmarcado en una cuestión ciertamente contradictoria, como es: hablamos de una formación al servicio de las empresas, pero que, al mismo tiempo, estas desconocen. A su vez, no sólo este desconocimiento de la figura del diseñador industrial por parte de las empresas encierra en sí cierta complejidad, también la multiplicidad de tareas para las cuales éste se encuentra habilitado lo vuelven una figura compleja. Dicha actividad múltiple supone estar formado sobre la base de saberes diversos, orientados a prácticas también diversas, lo cual sobrepasa, así, la mera formación que aspira a una inserción profesional en el diseño de producto industrial

Hablamos de un profesional devenido ciertamente complejo, formado sobre múltiples saberes que legitiman la intervención en áreas disímiles de inserción. Hablamos de una figura cuya identidad aun no es del todo precisa, cuya actividad múltiple vuelve compleja su propia construcción identitaria profesional.

Este trabajo, entonces, se encuentra orientado a reflexionar acerca de esta cuestión, escasamente abordada desde las ciencias sociales, como es la

conformación de la identidad y perfil profesional del diseñador industrial. Una figura altamente relevante para la sociedad y la cultura material contemporánea.

Estimo que utilizaré cañón para la presentación.

Introducción

En los últimos años, la actividad del diseño se ha visto altamente incrementada, dado su mayor desarrollo en la escena económica local, por parte de actores que han apelado a la misma en la conformación de proyectos comerciales y profesionales.

Desde el año 2001, la participación de diseñadores y emprendedores que han apostado a la construcción de proyectos de 'diseño independiente' de indumentaria y objetos en la ciudad de Buenos Aires, ha dado lugar a una mayor visibilidad del diseño como práctica cultural, orientada a la configuración de bienes al servicio de la sociedad y sus necesidades cotidianas.

Ahora bien, esta mayor visibilidad tanto del diseño como de sus protagonistas, los diseñadores, se contrapone en un punto con la cierta *invisibilidad* que presentan al momento de integrarse al ámbito para el cual los mismos han sido formados. Hablamos del espacio en el cual los diseñadores industriales pueden plasmar sus competencias y conocimientos al servicio de la producción: la industria. Es al interior de este sector donde estos trabajadores deberían desarrollarse profesionalmente, añadiendo valor agregado a los productos por ellos concebidos, así como mayor competitividad e innovación en los mismos.

Pero la situación que actualmente predomina en relación a la integración de estos profesionales en las empresas es ciertamente contradictoria, dado que si bien los mismos se encuentran formados para desempeñarse en la producción industrial, al mismo tiempo, son escasas las empresas que buscan contar con diseñadores industriales en su interior, generando, en la mayoría de los casos, una inserción de tipo independiente.

De este modo, la escasa participación de diseñadores industriales al interior de la industria supone una revisión de su propia función y del rol mismo que ocupa este actor en la escena económica y productiva, al servicio de la comunidad.

Este trabajo busca, en este sentido, reflexionar en torno a estas cuestiones, buscando responder ciertos interrogantes, como ser: ¿cómo se configura actualmente el desempeño profesional del diseñador industrial? ¿Cuál es su relación con la industria y con la producción de bienes industriales? ¿Cómo incide esta mayor o menor integración al interior de la industria en el desarrollo de su propia identidad profesional?

Buscaremos, a partir de esta ponencia, dar cuenta de estos cuestionamientos- escasamente abordados desde las ciencias sociales- buscando reflexionar, así, en torno a esta figura, ciertamente relevante en la producción de la cotidianidad de la sociedad contemporánea. Una figura cuya construcción identitaria deviene ciertamente compleja a la luz de su modalidad de inserción en la escena económica local.

El diseño como práctica cultural

Antes de comenzar a analizar esta figura, su configuración laboral y productiva y su vinculación con el sector industrial, es preciso definir previamente el término de diseño, esto es, qué comprendemos por dicha actividad, cuál es su área o áreas de incumbencia y espacios de acción.

Para esto, y específicamente delimitar el accionar de esta práctica, debemos remontarnos a los orígenes del diseño mismos, lo cual implica situarnos en la consolidación del período de industrialización, hacia el siglo XIX, en Europa, en torno a un nuevo paradigma productivo asentado en la lógica capitalista.

Los bienes manufacturados, realizados anteriormente bajo la figura del artesano, ahora devenían producto de la máquina industrial, la cual, si bien buscaba abastecer un mercado en crecimiento, no garantizaba completamente la calidad de la producción. Ante esto, con la introducción del diseñador –que inicialmente se trataría de una transición del artista-artesano hacia el diseñador, claramente visible en la época de la Bauhaus, a comienzos del siglo XX, en Alemania- se buscó

incorporar a la producción, una mayor articulación entre los elementos tecnológicos, estéticos, simbólicos y técnicos que integraban este proceso. De esto trataría la idea misma de la 'proyección' -o "proyectación", tal como la plantea el artista y diseñador Tomás Maldonado- concebida en torno a la práctica misma de diseñar.

De este modo, tal como afirma Maldonado "proyectar la forma significa coordinar, integrar, y articular todos aquellos factores que, de una manera o de otra, participan en el proceso constitutivo de la forma del producto" (1993: 12), esto es, comprender el diseño en tanto proyectación de una forma, desarrollar su ideación hasta volverla un producto con una forma y función determinadas, participando activamente en el proceso de su producción y evaluando atentamente el desarrollo global de este proceso.

En este sentido es que se puede pensar el rol del diseñador –específicamente del diseñador industrial- en términos de "coordinador", puesto que:

Su responsabilidad será coordinar, en estrecha colaboración con un gran número de especialistas, los requerimientos más variados de la fabricación y del uso de productos; la responsabilidad final por el logro de la máxima productividad en la fabricación y la máxima satisfacción material y cultural del consumidor será suya. (Maldonado, 1958, en Rinker, 2003: 6)

De esta manera, se concebía al diseñador en función de una destacada participación en la industria, en los procesos de producción de bienes, a partir de una coordinación e integración de los elementos necesarios para llevar a cabo satisfactoriamente la fabricación de un producto, y posteriormente dar cuenta de un eficiente desarrollo utilitario.

En esta misma concepción entraba en juego la idea del diseñador orientado a generar productos con calidad industrial, funcionales, durables, con atractivo estético, una combinación de factores que permitiesen satisfacción al usuario. En este sentido, tal como plantea Aquiles Gay:

En el Diseño Industrial se plantea la necesidad de conciliar los aspectos técnicos y los estéticos. Los factores estéticos están vinculados con la forma, el color, el

tratamiento de las superficies, etc., es decir con todo lo que pone en relación el objeto con los diversos sentidos del hombre, la vista, el tacto, etc. Por otra parte, en todo objeto, equipamiento, máquina, vehículo, etc. hay que tener en cuenta también su robustez, simplicidad de uso, economía, y además la sensación que produce (gusta, o no gusta); no basta que el objeto cumpla su función de uso, que sea robusto, simple y económico, sino también que su forma resulte agradable, muchas veces novedosa y en general funcional con relación a las características utilitarias del producto para lograr que el objeto sea placentero. (Gay, 2004: 12)

De este modo, el rol fundamental del diseñador industrial se encuentra orientado a articular cuestiones propiamente técnicas con instancias estéticas, alcanzando una forma y una función determinadas que vuelvan al producto un elemento utilitario, eficaz, y al mismo tiempo generador de placer y disfrute en quien lo utiliza.

Este mismo proceso está inscripto en un contexto social mayor que permite generar cierto tipo de productos, con ciertas características propias del período, espacio, tiempo en el que se produce. Así, toda actividad de diseñar se proyecta en función de la cotidianidad en la que surgen las ideas y para la cual está orientada esta proyección, y materializada esta creación.

Es decir que el diseño, en tanto actividad orientada a la producción de bienes, asume las dimensiones económicas, sociales y culturales que se proyectan en todo objeto creado. En este sentido, y siguiendo la concepción maldoniana del diseño como proyectación, Ledesma plantea que “el diseño es una actividad de proyección en un doble sentido: se proyecta internamente sobre la obra a partir de sistemas semióticos que le son propios, y en esa proyección, proyecta un tipo de relaciones sociales” (Ledesma, 2005: 33). Es decir que el diseño en sí mismo atañe una intervención en lo social, configura su producción al interior de un contexto sociocultural que incorpora cambios, y en este proceso interviene la práctica de diseñar, configurando modos de hacer, de presentar los objetos, adaptados al nuevo contexto. En este sentido, Otl Aicher afirma que “el diseño consiste en adecuar los productos a la circunstancia a que están adscritos. Y esto significa sobre todo adaptarlos a circunstancias nuevas. En un mundo que cambia, también los productos tienen que cambiar.” (Aicher, 1994: 18)

El diseño atraviesa de este modo la cultura de una sociedad, en el sentido que construye objetos en tanto bienes culturales, constituidos como significantes propios de la misma. Así, al intervenir el diseño en la sociedad, en el desarrollo productivo de los bienes a ser creados y materializados, configura procesos que permiten una mayor y más equilibrada productividad, atendiendo a un uso racional de los materiales, a una innovación en términos productivos, y a un desarrollo y una fabricación eficientes en términos de calidad y funcionalidad de los objetos.

En relación a esto, es preciso destacar que la labor del diseñador, imbricada en el carácter proyectual de la actividad de diseño, permite en este sentido hacer un aporte fundamental a la cultura material y visual de la sociedad contemporánea, impregnando en la misma todo tipo de bienes, integrales al consumo y usos cotidianos. Es por esto que considero importante destacar la labor que ejerce el diseñador en la vida misma, a través de sus proyectos y creaciones. El diseñador en sí contribuye a la cultura, y en esta misma contribución su intervención debe ser eficaz, eficiente y responder a criterios de 'buen diseño'. Puesto que, tal como plantea Stock, "diseñar significa establecer entre el pensar y el hacer una mutua referencia. La estética sin ética se aproxima al fraude. Lo que interesa es el producto en su integridad, no únicamente en su forma exterior. El criterio del uso incluye también los efectos sociales y ecológicos." (Stock en Aicher, 1994: 12).

Ahora bien, la destacada participación que tiene el diseñador en la cultura y en la sociedad dada su capacidad para comprender los cambios culturales y materializarlos en bienes creados, debe ser comprendida a la luz de su activo rol en la misma, pero sobre todo, buscando analizar la modalidad de su intervención en la estructura productiva.

Constitución de una profesión al interior de un campo complejo

El campo del diseño, específicamente del diseño industrial, orientado a la proyección y producción de objetos de uso cotidiano, se presenta desde sus

orígenes mismos, como un espacio de entrecruzamiento de saberes y discursos diversos forjadores de la identidad profesional del diseñador industrial.

En este sentido, este campo se ha conformado a la luz de los lineamientos de otros campos proyectuales, como son el del arte y la arquitectura moderna, sedimentando sentidos diversos acerca de la realidad sobre la cual operar. Tal como expresa el diseñador Gui Bonsiepe, el campo del arte atravesó históricamente el accionar del diseño, volviéndolo una práctica con escaso arraigo en la economía y la industria, lo cual en cierto modo ha afectado la concepción productiva del diseño al servicio de la sociedad:

Cierto, existe la historia del arte, que se asignó la función de ocuparse marginalmente también de la historia del diseño. Pero la limitación de la historia del arte consiste en la tendencia de tratar al diseño y sus manifestaciones principal y hasta exclusivamente como un fenómeno estético-visual y nunca como fenómeno arraigado en la industria, en las empresas, en la economía y en las políticas de desarrollo tecnológico y social. El diseño es una realidad con un grado de complejidad que va mucho más allá de un mero hecho de estilo. (Bonsiepe, 2008: 10)

Del mismo modo, Aquiles Gay sostiene este distanciamiento necesario entre arte y diseño, al plantear que:

Esta nueva actividad profesional, el Diseño Industrial, si bien está enmarcada por la estética, no pertenece al campo del arte, sino de la tecnología, su actividad no consiste (como sucedía antes) en embellecer los productos agregándoles ornamentos que nada tienen que ver con su funcionalidad, sino más bien en lograr una unidad entre tecnología y estética en la misma etapa de concepción del producto, para lograr que el objeto, además de ser funcional, sea agradable a la vista. (Gay, 2007: 11)

El accionar del diseño difiere claramente del propio del arte, así como las funciones que lleva adelante todo diseñador al buscar satisfacer al usuario en su vida cotidiana, no se corresponden con las del artista. Pero desde los orígenes del diseño mismo, la labor del artista-artesano ha tenido una mentada articulación con

la del diseñador, podemos decir, sin dudas, que hasta hoy se concibe al diseño como una práctica claramente influenciada por el campo del arte. Ante esto, Bonsiepe plantea lo siguiente:

Sin querer subestimar los aportes provenientes de las artes visuales y de la arquitectura moderna para el desarrollo del diseño industrial y comunicacional, hoy en día estas dos disciplinas del diseño han ganado autonomía suficiente, con cuerpos de saberes propios, para no depender más de una tutela. En comparación con la arquitectura enfocan realidades diferentes. En comparación con las artes enfocan la realidad de manera distinta, concentrándose en la calidad de uso de los objetos e informaciones en las diferentes áreas de la vida cotidiana: trabajo en el campo, en la industria, en la oficina, en el tráfico, transporte, en los hospitales, educación, deporte, turismo, casa y hasta la mera supervivencia de los grupos sociales excluidos por el actual modelo económico-social. (Bonsiepe, 2008: 10)

Es así que, si bien ambos campos, tanto el del arte como el del diseño industrial, han confluído en los inicios mismos de esta práctica, recibiendo el diseñador influencias del artista-artesano, con el tiempo, el recorrido construido por la disciplina del diseño ha permitido configurar un campo autónomo, como menciona Bonsiepe, con cuerpos de saberes propios, en cuyo seno se delinea la figura del diseñador industrial.

Pero dicho campo, en su propio devenir, se ha construido, y se construye, no sin conflictos mediante, los cuales atraviesan la constitución misma de la figura del diseñador: su inserción, su definición, su propia construcción identitaria.

Analizaremos a continuación esta cuestión.

La encrucijada del diseñador: entre la concepción industrial o la realidad múltiple

Como hemos planteado anteriormente, la disciplina del diseño se encuentra atravesada por múltiples discursos, saberes y prácticas, emanados de las influencias de los campos proyectuales que han atravesado su conformación: el arte y la arquitectura. Al mismo tiempo, los propios discursos performadores de la

orientación de este profesional se articulan en un abanico que integra aquellos de carácter más 'tradicionalistas', de tipo industrialistas, con aquellos más vinculados a una multiplicidad de acciones en las cuales desempeñarse.

Así, esta diversidad de acciones se contrapone a la mentada unicidad a la que aspira la formación universitaria al privilegiar la inserción en el desarrollo de producto industrial (Correa, 2012). De este modo, la inserción del diseñador en el escenario productivo refleja la complejidad que dicha figura porta en su propia constitución, al dar cuenta de un universo discursivo performativo no unívoco en cuanto a su inserción y desempeño profesional.

De esta manera, al indagar en los discursos predominantes en torno a estos dos sentidos presentes en la orientación del diseñador, podemos observar, por un lado -como hemos mencionado anteriormente- una mirada de corte 'industrialista', en relación a la cual se evidencia cierta línea de pensamiento, a saber:

Es en la industria de la producción donde se desarrolla con amplitud el ejercicio de la profesión. En este sentido la relación entre las empresas de producción y la carrera de DI es necesaria y sinérgica. No es imposible, pero sí muy complejo hacer que un estudiante de la carrera pueda entender de los procesos productivos, de la transformación de las materias primas, de los tratamientos superficiales, de los procesos de ensamblaje, del embalaje, en fin, de la logística de una cadena de producción, sin haberlo visto y se lo hayan explicado. La relación debería ser intensa, y tendría como valor agregado el conocimiento por parte de la empresa de las características de la profesión, sin duda útil para una mejor comprensión y relación entre diseñadores y empresarios. (Entrevista al diseñador industrial Hugo Kogan)¹

A su vez, por otro lado, aquel planteo orientado a promover la diversidad de inserción respondería a la construcción de un perfil profesional de tipo 'múltiple', mayormente adaptado a las necesidades diversas del mercado. En esta línea podemos encontrar el siguiente discurso:

¹ Fuente: *Otro lado*. Periódico de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires. www.fadu.uba.ar/sitios/otrolado/imagenes/per-04.pdf

“Es que [el Diseño Industrial] no es para la industria. Es hacer una lectura... O sea en el origen tiene que ver con eso, ahora lo que termina pasando, y mismo lo que hoy está pasando y que repercute también en la formación y la inserción laboral, es que estamos pensando más en cuestiones culturales que en cuestiones productivas. (...)

[El diseñador] toma las cuestiones culturales en que vive y en base a eso cristaliza un objeto que sea funcional a toda esta complejidad de cosas. Eso es lo que hace un diseñador industrial. Después puede hacer desde un cierre de una campera, puede hacer un teléfono, una zapatilla. Es un catalizador de lo que está pasando en determinado momento y donde hay una impronta personal de cierta sensibilidad donde casi es una vía expresiva artística de cada diseñador que uno le da bajada, que es su visión en determinado momento que está viviendo. (...)

A mi me parece que el diseño industrial tiene que ver necesariamente con esto de lo diverso, no exclusivamente restringido a lo que es la industria como cierto sistema de producción. No diría la industria... Tenés miles de cosas que tienen que ver con el consumo, con el consumo de bienes culturales, con la cultura, con manifestaciones artísticas, entonces me parece que ahí es lo interesante. Lo que a mi me parece interesante de la disciplina y lo que me llena tanto para estar acá en la facultad o cuando estoy en el estudio con un proyecto.” (Mario, Diseñador Industrial, trabaja en forma independiente) ²

Ante esta realidad asentada en visiones claramente divididas, observamos que aquello que se vulnera y se confronta es la propia subjetividad de este trabajador, cuestionando, así, su identidad profesional. La diversidad de acción o la inserción industrial ‘acorde’ a la orientación tradicional de la profesión, devienen elementos constitutivos de la propia conformación del diseñador como profesional. ¿Pero qué ocurre cuando estos elementos integradores, performadores de la propia identidad, se desencuentran con la realidad?

² Estas entrevistas forman parte de la investigación desarrollada en el marco de la tesis doctoral, para la cual se ha investigado la inserción laboral de los diseñadores industriales egresados de la Universidad de Buenos Aires.

En relación a esto, al desencuentro muchas veces existente entre lo que se enseña en la Facultad y aquello que uno como profesional finalmente realiza en su desempeño laboral, un entrevistado expresa lo siguiente:

“...una cosa es lo que a uno le enseñan, otra cosa es lo que termina haciendo, entonces si es tan diferente hay que tratar de coordinarlo para que los diseñadores aprendan lo que van a hacer después por lo menos, o ver qué es lo que pide el mercado, a ver si dentro de lo que pide el mercado les gusta algo y se pueden dedicar a eso. Y no salir con unos humos porque hacen... en la Facultad los trabajos es de diseñar computadoras, diseñás electrodomésticos, y después para diseñar en la vida real es imposible, no sé cuánta gente diseña electrodomésticos en este país, deben ser cinco diseñadores.” (Santiago, diseñador industrial, trabaja en empresa)

La mayor o menor integración del egresado en el mercado, en espacios de incumbencia profesional, de desarrollos acorde a la orientación ‘tradicional’ promulgada por la Universidad genera en estos situaciones de satisfacción -o insatisfacción- con respecto a la labor realizada. La dificultad de insertarse en espacios ‘tradicionales’ planteada por el entrevistado, muchas veces se vincula a la propia indefinición de acuerdo a *lo esperable* de este profesional. ¿Qué se espera del mismo? ¿Una integración en la industria? ¿Por fuera de ella? ¿Una inserción ‘múltiple’? Esta cuestión acerca de la mayor o menor especificidad esperada, o encontrada, en el mercado a la hora de insertarse se corresponde con la propia indefinición que portan estos profesionales como parte de la formación obtenida. El entrecruzamiento de discursos performadores que orientan al diseñador en un camino plural de acción se articula con un escenario de inserción que parece desconocer la especificidad de este profesional: su desempeño en la industria. Ante esto, diseñadores entrevistados expresan que:

“...Sigue siendo medio desconocido [el trabajo del diseñador industrial]. Por un lado es una carrera bastante nueva y por otro lado porque tampoco es algo tan definido. O sea no es que... un diseñador gráfico es bastante obvio lo que puede llegar a hacer, más allá que hacen más cosas de las que uno cree. Pero a priori vos sabés para qué te puede servir, si querés hacer un logo para una empresa sabés que tenés que llamar a un diseñador gráfico. Ahora ¿por qué tengo que llamar a un diseñador industrial? Y,

alguna gente sabe, pero no todos. Ni siquiera el dueño de una empresa sabe bien. (...) Entonces me parece a mi que ante esa duda se contrata, no sé, a un ingeniero o algo del estilo.” (Joaquín, diseñador industrial, trabaja en estudio independiente)

“...La industria no conoce el diseño industrial... No saben lo que es el diseño industrial, no saben para qué sirve y no le dan el espacio. Finalmente todo lo que es diseño lo resuelven de otra manera, no con un diseñador. Con lo cual en general logran pobreza en la forma y dificultad en la concreción. Yo cuando estaba en el estudio tanteé unas cuantas empresas, después tuve entrevistas con varias y eso era lo que más se veía. Y en algunas sí había diseñadores industriales, pero como el desarrollo de nuevos productos era escaso, cuando los realizaban por ahí tercerizaban a alguien. Pero te estoy hablando de eso ya hace tiempo, así que no sé hoy por hoy cómo está planteado. Me parece que sigue habiendo un divorcio, bah, un desconocimiento entre lo que es industria y lo que es diseñador industrial y, que es una verdadera lástima.” (Julián, diseñador industrial, trabaja en empresa)

Con respecto a esto, la situación que actualmente predomina en relación a la integración de estos profesionales en las empresas es ciertamente contradictoria, dado que si bien los mismos se encuentran formados para desempeñarse en la producción industrial, al mismo tiempo, son escasas las empresas que buscan incorporar diseñadores industriales a su producción. La causa, cierto desconocimiento acerca de su propia idoneidad, sumado a la escasez de experiencia que los mismos presentan con respecto a la labor a desarrollar. Esto da como resultado una escasez de diseñadores insertos en empresas, lo cual conduce a dos instancias. Por un lado, la elección, por parte de una mayoría de diseñadores industriales, de desarrollarse de forma independiente en su desempeño laboral, y por otro, vinculado a lo anterior, cierto desdibujamiento de su propia identidad profesional, al desempeñarse en formatos más de tipo artesanales que industriales, y al orientarse a espacios reducidos de inserción, claramente en contraposición con el planteamiento del diseño moderno. Este postula la acción del diseñador al servicio de la sociedad, concibiendo bienes que permitan el amplio acceso de la misma a un mayor bienestar y calidad de vida.

Es importante destacar, con respecto a esta situación de escasa integración de diseñadores en la industria, que la misma está buscando ser revertida y que, paulatinamente, se van incorporando diseñadores a las empresas o se incorpora servicio de diseño a estas, en gran medida a partir del desarrollo de los programas oficiales, tanto del gobierno de la Ciudad de Buenos Aires como de la Nación, de gestión de diseño. En los mismos se busca incorporar este servicio a la actividad productiva de las empresas dedicadas a la realización de bienes (indumentaria, accesorios, objetos, mobiliario, entre otros). Estos programas han promovido en los últimos años la inclusión de este servicio en numerosas PyMES, obteniendo en varios casos resultados altamente positivos.³

¿Identidad diluída? ¿O un nuevo modo de configuración identitaria no industrial?

Ahora bien, tal como se mencionó anteriormente, los entrecruzamientos de saberes diversos que delinear la formación del diseñador, sumado a la cierta indefinición en torno a la orientación de la profesión –en sentido de la diversidad de acción sobre la cual puede operar-, da lugar a una inespecificidad en términos de inserción de este profesional.

En relación a esto, podemos interrogarnos acerca de cómo concebir la propia identidad profesional ante un escenario de formación e inserción diversa. Esto es, ¿cómo pensar una identidad consolidada ante una ‘fragmentación’ de la labor profesional? ¿Cómo concebirla ante la diversidad e indefinición de la propia formación?

A su vez, el reconocimiento del otro incide en esta cuestión aportando también una mirada difusa, puesto que aquel ámbito al interior del cual estos trabajadores

³ Este tema de la incorporación de diseño en empresas y su impacto en las mismas ha sido desarrollado por el Centro Metropolitano de Diseño de la ciudad de Buenos Aires, a partir de los programas generados por esta institución. Esto se puede observar a través de su publicación “Aportes del diseño. Una herramienta para mejorar el desempeño empresarial”, un estudio de corte cualitativo, complementado con el trabajo de índole cuantitativa, denominado “PyME + Diseño. Un estudio de la demanda de diseño entre las PyME del Área Metropolitana de la Ciudad de Buenos Aires”, realizado conjuntamente con el Observatorio de Industrias Creativas del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y la Fundación Observatorio PyME.

deberían insertarse, -tal como hemos mencionado para el caso de la industria- no los conocen, ni los reconocen como actores clave para este sector.

Es decir que, la posibilidad de darse una identidad, en sentido bourdeano, se ve en un punto desdibujada. Esto, por un lado, como consecuencia de la limitación de integrarse al espacio tradicional de inserción legitimada, y por otro, como efecto de la multiplicidad de acciones en las cuales desarrollarse, lo cual vuelve a este profesional una figura compleja, dotada de una ambivalencia cuyo reconocimiento se complejiza también. Con respecto a esto, una entrevistada plantea lo siguiente:

“...Cuesta o por ahí no está como ya trazado el camino, ¿no? Esto que decía, que por ahí hay como una falta de conocimiento, y entonces... Digo, entre la demanda y lo que nosotros hacemos hay por ahí un hueco. O sea, lo de la oferta es muy diversa, que lo hace muy difícil disfrazar a alguien de diseñador industrial y decir “bueno, éste es nuestro representante”, ¿no? “Esto nos representa”. Porque en realidad hay gente que es... Produce sus propios diseños y los vende en lugares como, digamos, donde se valora el valor estético que tiene el producto y demás, y otras que trabajan en una metalúrgica mejorando la... Digamos, mucho más cercanos a la Ingeniería. Nos definimos mucho también en función de a qué nos acercamos, ¿no? Que estén más cerca de un trabajo más de Ingeniería o más de Arquitectura o... Yo, por ejemplo, últimamente estoy mucho más vinculada al rubro de lo que es como de moda e indumentaria que industrial propiamente dicho.” (Sandra, diseñadora en estudio independiente)

En este pasaje se observa la dificultad de ‘visibilizar’ la figura precisa del diseñador, lo cual se ve reflejado cuando la entrevistada plantea que “se hace difícil disfrazar a alguien de diseñador”, dejando en claro que no tiene un rol ciertamente definido. Pero, ante esto, es preciso reflexionar sobre la propia constitución identitaria, dado su carácter polifónico, en cuanto a los discursos múltiples sobre los cuales ésta se construye:

Existe todo un abanico de discursos interpelantes que materializan actos permanentes de atribución a los sujetos. (...) Debido a la multiplicidad de interpelaciones, la identidad no se compone de identificaciones armónicas; está interceptada por prácticas y discursos diferentes o antagónicos. (Longo, 2003: 6)

La identidad profesional, en este sentido, se construye no sin conflicto mediante, dada la articulación de elementos diversos que la componen, a partir de una propia definición de sí mismo y del otro, al interior de una trama de capacidades, competencias, habilidades, trayectorias en juego.

Esta construcción identitaria que define al diseñador se construye en función del *sí mismo* así como del reconocimiento del *otro*, de componentes subjetivos y objetivos que atraviesan la trayectoria del individuo, su instancia biográfica.

De este modo, Dubar sostiene que:

La identidad profesional dependerá de la definición desde sí mismo y desde la otredad en cuanto a componentes como las competencias, el estatus, la carrera posible, la construcción de proyectos y las aspiraciones. Este ejercicio construirá una "identidad profesional de base" que permitirá una proyección de sí para el porvenir y que por lo tanto orientará la trayectoria de empleo y la lógica de aprendizaje o formación. Es decir, que "no se trata sólo de elegir un oficio o profesión o de obtener un diploma, sino de la construcción personal de una estrategia identitaria que pone en juego la imagen del *Yo*, la apreciación de capacidades y la realización de deseos". (Dubar, 2000, en Machuca Barbosa, 2008: 53).

Del mismo modo, Battistini, da cuenta de la dificultad de definir y delimitar la figura identitaria, quien, retomando la noción de identidad de Cuche (2001), expresa lo siguiente:

Nuestros tiempos muestran, cada vez con mayor crudeza, la complejidad creciente de nuestras sociedades. Si la identidad es una construcción social dicha complejidad, entonces, no puede serle ajena. Ningún grupo ni individuo está encerrado *a priori* en una identidad unidimensional. Es precisamente, su carácter fluctuante lo que hace que se preste a diversas interpretaciones. La identidad resulta difícil de delimitar y definir debido a su carácter multidimensional y dinámico. Esto es lo que le confiere su complejidad, pero es lo que le da flexibilidad. La identidad conoce así variaciones, se presta a reformulaciones y también a manipulaciones. (Cuche, 2001: 91-92, en Battistini, 2009: 2)

La propia construcción identitaria del diseñador industrial se ve atravesada por múltiples configuraciones discursivas y prácticas diversas, las cuales, o bien fragmentan e indefinen su especificidad y configuración profesional, o bien consolidan su figura e inserción laboral en términos más amplios, más diversos e integradores, adaptados a los requerimientos de un mercado en constante cambio.

Ambas posibilidades darían cuenta de la realidad que constituye y atraviesa la formación e inserción laboral del diseñador industrial, de su ambivalente figura e identidad profesional. La construcción de la misma deviene entonces reflejo de entrecruzamientos de saberes y prácticas diversas que delinear espacios subjetivos no unívocos de acción. En este sentido, pensar por fuera de la multiplicidad de acciones al diseñador de hoy remite sin dudas a concebir de manera inacabada la pluralidad de operaciones que el mismo puede hacer y para las cuales fue formado a desarrollar. Una de ellas sería sin dudas la central, el espacio de incumbencia tradicional de acción: la industria. Reconocer esta pluralidad de acciones e identificaciones desde sí mismos, esto es, identificarse con cada uno de estos espacios para los cuales los diseñadores son formados deberá articularse con un mayor reconocimiento de los otros con respecto a su especificidad vinculada a no una, sino varias tareas posibles en las cuales desempeñarse. Pero concibiendo -y aquí consiste un gran desafío- el ámbito empresarial, industrial, como aquel para el cual resultan ciertamente capaces, idóneos, cuya productividad pueden asumir dada la capitalización de conocimientos para tal fin. La suma de experiencia en este sentido los podrá ubicar en un posicionamiento de mayor reconocimiento a fin de alcanzar una mayor integración a este sistema.

El reconocimiento social de la identidad profesional en términos mayormente específicos, pero al interior de un universo plural y diverso será, sin dudas, un desafío, una meta colectiva a alcanzar.

Conclusiones

A lo largo de este trabajo se ha buscado indagar acerca de la constitución de la figura profesional del diseñador industrial. Hemos observado que la misma se compone de diversos saberes que delinear su formación y orientación profesional. Esta cuestión sin dudas presenta una incidencia en el modo de concebir a este actor en el escenario laboral, deviniéndolo un profesional cuya inserción específica se vuelve difusa, indefinida.

Ante esto, la duda que surge nos plantea: ¿cuál sería su orientación, su espacio delimitado, preciso, de acción? ¿Cómo construirse ante la imprecisión una identidad profesional consolidada?

Los mismos encuentran, además, una cierta contradicción, que impacta aun más en el escenario visible de inserción: la situación de encontrarse orientado, formado, hacia un desempeño industrial, pero que, al mismo tiempo, las empresas desconocen. Una cuestión que pone en evidencia las falencias propias del campo. Falencias de la formación o de la modalidad de inserción, orientada en la mayoría de los casos a desarrollos de tipo independientes, lo cual genera una debilitada construcción de visibilidad, lazos y reconocimiento en la escena productiva, sea en relación a las empresas o sea en relación a la sociedad, para la cual, finalmente trabajan.

Estos dilemas que atraviesan a esta figura nos conducen a comprenderla entonces al interior de un campo de construcción disciplinar complejo, con entrecruzamientos, competencias disímiles, acervos variados de conocimientos que apelan a inserciones diferenciadas. La identidad que resulta de este proceso performativo, discursivo y praxístico, se vuelve compleja en términos de asimilarla, vincularla a áreas específicas de acción.

Pero esto, antes de recrear una situación obstaculizadora para su desarrollo profesional, puede plantear un escenario altamente beneficioso. Los mismos diseñadores comprenden su formación como una caja de herramientas que les permiten operar, delinear, proyectar, en situaciones diversas. Así, el incorporar un múltiple contenido pasa a ser internalizado como una dimensión positiva. Pero, ante esto, dos instancias deben ser fortalecidas a fin de poder construir un mayor

reconocimiento en función de asumir una identidad profesional vinculada a la pluralidad en términos de inserción.

Por un lado, debe superarse la cierta indefinición vinculada a la inserción profesional, arraigada en la clara orientación a la cual deben responder: ésta es, la industrial. Por otro lado, la superación del escaso conocimiento al interior de este sector, aquel para el cual históricamente han sido concebidos. Ambas instancias deben ser incorporadas en un sentido de fortalecer su configuración profesional redefiniendo la orientación impartida, asumiendo sus vastos requerimientos acorde a las nuevas demandas del mercado, y apelando por un mayor reconocimiento social, que permita una mayor integración al ámbito empresarial.

Finalmente, la labor del profesional integra un espíritu de adaptación a los cambios, como postulaba Aicher, ante lo cual su figura debe integrarse a la diversidad, a los múltiples espacios de inserción y en función de ello, el reconocimiento social devendría de la propia visibilidad, integración y de la propia dotación de sentido identitario.

El 'darse una identidad' al interior del espacio social es el resultado de un devenir múltiple y complejo, de una construcción no sin conflictos mediante, un proceso dotado de identificaciones diversas que conlleva reflexividad, autocreación, en este caso, para una figura profesional ciertamente relevante, significativa y con un alcance social cada vez mayor en la sociedad contemporánea, como es el diseñador industrial.

Bibliografía

Aicher, O. (1994). *El mundo como proyecto*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Battistini, O. (2009) Ser estable: ¿una necesidad en las construcciones identitarias? En Battistini, O., Bialakowsky, A., Busso, M. y Costa, M.I. (Comps.) *Los trabajadores en la nueva época capitalista. Entre el ser y el saber*. Buenos Aires: Teseo.

Correa, M. E. (2012) *Entre la industria y la autogestión. Análisis de la inserción laboral de los diseñadores industriales egresados de la Universidad de Buenos Aires*.

(1990-2010). Tesis de Doctorado no publicada. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

Cuche, D. (1999). Cultura e identidad. En Cuché, D. *La noción de cultura en las ciencias sociales*. Buenos Aires: Nueva visión.

Fernández, S. y Bonsiepe, G. (Coord.). (2008). *Historia del diseño en América Latina y el Caribe*. San Pablo: Blücher.

Gay, A. y Samar, L. (2004). *El diseño industrial en la historia*. Córdoba: Tec.

Ledesma, M. (2005). Diseño Gráfico ¿un orden necesario? En Arfuch, L., Chaves, N. y Ledesma, M. *Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos*. (pp. 15-90). Buenos Aires: Paidós.

Longo, M.E. (2003) Los trabajadores y el trabajo en la crisis. 6to Congreso Nacional de Estudios del Trabajo. ASET (Asociación Argentina de Especialistas en Estudios del Trabajo). Buenos Aires. [On line] Disponible en:

<http://www.aset.org.ar/congresos/6/archivosPDF/grupoTematico04/023.pdf>

Machuca Barbosa, A. E. (2008) *La identidad profesional de los sociólogos*. Tesis de Maestría en Ciencias Sociales. FLACSO. México, D. F. Disponible en:

http://conocimientoabierto.flacso.edu.mx/medios/tesis/machuca_ae.pdf

Maldonado, T. (1993). *El Diseño Industrial reconsiderado*. Barcelona: Gustavo Gili.

Rinker, D. (2003). El diseño de productos no es arte – El aporte de Tomás Maldonado al surgimiento de un nuevo perfil profesional. En *Modelos de Ulm. Hochschule für Gestaltung Ulm 1953-1968*. Ulmer Museum. Instituto para las Relaciones con el Extranjero (IfA).