

La innovación, aire fresco para el sector del diseño

Por Antonio Flores

Fundador de la factoría
de innovación NODE.



En 1987 apareció el Libro Blanco del Diseño, publicación que radiografiaba la profesión mediante varios parámetros medibles. 20 años después se ha editado un nuevo libro blanco adaptándolo a la realidad y circunstancia del momento y siempre bajo los mismos parámetros que el anterior; sorprende la similitud entre ambas conclusiones.

En 1985, la escasa proyección mediática del diseño y la falta de reconocimiento institucional de los estudios académicos hacía que el número de estudiantes fuese realmente muy escaso y que el *atreverse* a estudiar diseño fuese ya un filtro que garantizaba el ímpetu y la dedicación.

Hoy, el número de centros educativos y los alumnos han crecido exponencialmente año tras año a la llamada mediática del diseño.

La formación, en muchos casos, sigue centrada en reproducir unos currículos académicos que se muestran obsoletos para responder a la mayoría de las demandas y necesidades del mundo productivo y económico, dando respuesta a un mundo cultural y económico de escaso poder de captación de profesionales.

El resultado (problemática de base) es un desalineamiento entre formación y demanda, con bolsas de profesionales desubicados a los que sólo les queda la

EL MUNDO DEL DISEÑO SE HA PUESTO EN ALERTA E INTENTA ROMPER SU CAÍDA LIBRE EN EL APORTE DE VALOR SOCIAL Y ECONÓMICO

opción endogámica de la enseñanza, o trabajar como *freelancers* para un sector pseudoeconómico-cultural.

La endogamia profesional

Se han banalizado la mayoría de las actividades profesionales, lo que ha resultado en una importante reducción del valor real aportado. Como reacción, el mundo del diseño se ha puesto en alerta e intenta romper su caída libre en el aporte de valor social y económico.

Por si el panorama no fuese suficientemente complejo, la globalidad económica y productiva, la alineación de los grupos de consumidores y el aumento de las capacidades mundiales productivas han impactado directamente en la clase profesional.

Hoy un diseñador está tan afectado por la globalización como un profesional de la producción; ¿el motivo?, los productos industriales y seriales son necesariamente para una clase mundial; el gusto se iguala y por consiguiente la capacidad de responder al mismo se predefine y pauta, propiciando que la respuesta pueda venir de cualquier parte del globo.

¿Por qué diseñar un electrodoméstico en Europa si se puede diseñar en China continental?, ¿por qué diseñar un libro o la interfaz de un software en Estados Unidos si se puede hacer en India, con la misma o mejor calidad y mucho menor coste?

La innovación, una pauta que debemos seguir en el diseño

Existe una tendencia en el sector del diseño consistente en aproximar los códigos profesionales al concepto de innovación. Algunos colectivos del diseño ven en la palabra *innovación* una solución a sus problemas y el camino de regreso al valor.

La palabra *innovación*, al igual que lo fue la palabra *diseño*, permite englobar actitudes más que actividades y resultados concretos, usándola como complemento (antes *diseñábamos* todo, ahora pretendemos *innovarlo* todo.)

Pero diseñar no es innovar, y las actividades de diseño no necesariamente tienen que ver con la innovación; utilizar el vocablo *innovación* para el diseño sin un cambio de actitudes no es más que un enroque de la endogamia profesional. No obstante, el sector del diseño puede aplicar muchas de las pautas que se han establecido para estructurar el sector profesional de la innovación.

El sector del diseño, al igual que ha hecho la innovación, debe reconocer que es necesario integrarse dentro de un ecosistema profesional complejo. Se trata de pasar de una profesión individual e individualista a una profesión colectiva y de trabajo en red; tomar una actitud de *punto de salida*, en vez de una de *punto de llegada*.

En una sociedad competitiva y en un mundo cada vez más pequeño e interconectado, las soluciones a los problemas son complejas y sistémicas, muy difíciles de aportar desde el plano personal. Los individuos dedicados al diseño suelen tener capacidades individuales fuertes, suelen ser personas de *ignición* de proyectos, son resolutivas en sus etapas iniciales y suelen ser ineficaces en las etapas más tácticas o logísticas; complementarse con personas o equipos que potencien estas carencias devolverán la eficiencia al diseñador.

Es cierto que tradicionalmente el diseñador es una persona que suele transgredir los límites de su territorio profesional al igual que lo hacen los innovadores, pero se trata de una *transgresión* superficial, se quedan dentro de un entorno estético e iconográfico. En lo que se refiere estrictamente al campo de la práctica, la profesión apenas ha evolucionado en los últimos años.

Seguimos centrándonos en las mismas áreas de actuación y lo hacemos con herramientas y metodologías muy similares, renunciando a nuevas conquistas de espacios profesionales; el exceso de verticalización nos hace olvidar la aplicación transversal de nuestro conocimiento.

La complacencia profesional en que vivimos hace que otros colectivos profesionales estén desplazándonos del mapa del valor. Sólo siendo radicales en el cambio saldremos adelante. Debemos tomar conciencia y cambiar total y rápidamente la profesión, haciendo de nosotros, de nuevo, una profesión en la vanguardia del valor.●

Referencias

www.thenodecompany.com

MÁS IDEAS FUERZA EN WWW.INFONOMIA.COM/IF