



El Diseño Mira al Diseño

*Por Rodrigo Walker A.
Diseñador Industrial*

¿Es el diseño la habilidad de juntar una serie de particulares elementos que componen un todo llamado objeto, al que la gente caracteriza de bueno, malo, feo, fantástico, agresivo?.

Hasta esta última décadas ha habido dos enfoques dentro de esta área, que han hecho que los diseñadores se agrupen en torno a ellos:

El diseño como actividad "creadora" -más cerca de las artes plásticas-, que ha sido llevada al mundo productivo a través de esta habilidad denominada "diseño para humanizar los productos" industriales carentes de valor estético (década del 20).

El diseño como una actividad "racional", que tiene como propósito hacerse cargo de la funcionalidad y calidad formal de los objetos fabricados en serie. (década de los 60).

Estimo que ambas corrientes hoy día ya no son vigentes. Hoy, el diseño está en proceso de crecimiento, en búsqueda de su identidad, porque su rol es anticiparse a las necesidades de los usuarios.

El diseño se ubica -en la actualidad- en el ámbito empresarial más dentro de las actividades de planificación estratégica, de marketing, de comercialización y ventas, ya que son áreas que están más preocupadas del futuro que del presente.

El carácter innovador de esta área y su permanente búsqueda de cambio, lo hace personaje "non grato" en el ámbito productivo, en el cual todo cambio puede ser visto como perturbador porque quiebra la rutina del proceso productivo, que tiene por objeto fabricar al menor costo, a la mejor calidad y al mínimo tiempo.

El diseño ha pasado a ser una actividad que se mueve en las conversaciones de poder dentro de dos grandes ámbitos del mundo empresarial: los productos y los clientes. Está buscando con sus "habilidades" acercar más a los clientes y a las empresas.

Este se ha convertido en una herramienta estratégica y constitutiva de las organizaciones empresariales, es un

campo de acción que representa y visualiza los objetivos de una compañía.

organizaciones. Es aquello que escapa a la sistematización científica, tradicional, del enfoque de la ingeniería clásica, sin embargo convive y se complementa con ella -sin una buena alianza de éxito todavía - dentro de las actividades de una organización productiva.

nuevos objetivos de un nuevo mundo de intereses trayendo reflexiones como:

que aporte ventajas competitivas a los productos e identidad corporativa de las empresas e instituciones?

personas tienen de los objetos que los rodean, de manera que más clientes estén dispuestos a comprar los productos que se acercan a sus necesidades?

actividad proyectada en el futuro buscando nuevas oportunidades para los seres humanos y sus organizaciones?

en los usuarios para diseñar de acuerdo a sus necesidades de bienestar y de mejor calidad de vida?

productos e imágenes que no destruyan ni perturben nuestro medio natural?

encontrar la respuesta a todas estas preguntas que invitan a un juego donde -todavía- no están del todo definidas las reglas. Es un juego nuevo que estamos inventando; se ve prometedor y entretenido.

Todos los derechos reservados a
Rodrigo Walker A.