

# El diseñador como productor

---

Por Victor Margolin

Los avances tecnológicos están dando lugar a nuevas formas de producción, que permiten al diseñador hacerse cargo de todo el proceso productivo: desde la concepción hasta la distribución del producto.

Los productos en el mercado global se están transformando a un paso acelerado a causa de los rápidos avances en tecnología. La mayor implicancia de esos avances para el diseño es que los diseñadores inclinados a la producción, ahora están en condiciones de producir y distribuir productos terminados, sean libros, bicicletas o muebles, con mayor facilidad que antes. Esta nueva situación se debe a varios factores: la desmaterialización y el costo reducido del equipamiento necesario para fabricar productos, la desmaterialización de los mismos productos (software y sitios Web, pero también bienes hechos con materiales más compactos y resistentes), la posibilidad de crear prototipos electrónicos de productos que pueden servir para solicitar apoyo financiero y simular la discusión pública, y la posibilidad de distribuir productos sin gastos a través de medios electrónicos.

La estructura emergente de *marketing* global también está cambiando la forma de vender bienes. Un fabricante ahora puede construir una red de consumidores, ampliamente distribuidos en el espacio en lugar de concentrados en un área geográfica específica. A través de Internet se puede alcanzar gente diseminada alrededor del globo sin haber tenido que enfocarse en una localidad particular con material impreso, carteles y cosas por el estilo. Las nuevas tecnologías permiten redefinir la noción tradicional de industria casera. Ya no asociada específicamente con los oficios ni limitada a la distribución local, una industria casera actual puede usar la tecnología más avanzada y llegar al mercado mundial. Hoy vemos esto en varios productos como ropa, alimentos, música y software. Por ejemplo: el *marketing* de la innovación hace tiempo que viene ocupando un lugar primordial en la industria de la bicicleta, que produce pequeñas cantidades de unidades de última generación, que son distribuidas a través de canales personalizados. Dado el nuevo enfoque “en red” de la producción de bienes y servicios, en la que los recursos, tanto humanos como materiales, se combinan para proyectos específicos, los pequeños fabricantes pueden contratar servicios de producción para proyectos particulares de la misma forma en que un pequeño emprendedor va a la imprenta.

Los diseñadores de hoy tienen la oportunidad de producir y distribuir cosas nuevas —sean fuentes tipográficas, software o bienes materiales de todo tipo— a mercados globales, a bajos costos. En el reino de los productos desmaterializados como tipografía digital, las nuevas tipografías están siendo producidas en miles de pequeñas fundidoras, de la misma forma en que hace un siglo se fabricaban bicicletas y automóviles. Con los costos relativamente bajos de desarrollo y distribución de estas tipografías, nada impide que un joven tipógrafo se

convierta en un emprendedor.

Las grandes empresas aún dominan el mercado y continuarán siendo los principales clientes de los servicios de diseño. Pero los diseñadores que se involucren en la producción y distribución de productos, saben que tienen la posibilidad de cambiar el mercado, aunque sea en pequeñas medidas, y abrir nuevos sectores de productos que podrían eventualmente convertirse en faros a seguir por los grandes fabricantes.

Un área en la que este sistema de producción descentralizado y desmaterializado puede marcar diferencia es el sector de productos sustentables. Desde la revolución industrial las grandes empresas han tenido casi el monopolio del sistema de producción, y a causa de ello ha sido difícil llevar adelante el cambio necesario hacia una cultura de producción sustentable. Ahora, los diseñadores con ideas para productos sustentables tienen más oportunidades que nunca de crear prototipos o productos terminados y llevarlos al mercado por nuevos carriles. Con posibilidades de alcanzar una comunidad consumidora receptiva no limitada geográficamente, una cultura de producto sustentable podría comenzar a emerger.

Hoy los diseñadores-emprendedores pueden hacer más que desafiar al sistema de producción industrial: pueden establecer en él sus propios nichos. El mercado está listo para el resurgimiento de pequeños diseñadores-emprendedores que trabajen por fuera del sistema productivo principal, tal como intentaron hacerlo los diseñadores del movimiento *Arts and Crafts* a fines del siglo XIX. Pero hoy, el foco de dicha práctica no está puesto ni en la producción artesanal decimonónica ni en los conceptos de la tecnología intermedia de los sesenta y los setenta. Por el contrario, los diseñadores-emprendedores harán uso de la tecnología más avanzada para modelar, hacer prototipos, fabricar y distribuir nuevos productos. Los sistemas de fabricación de prototipos de bajo costo existen desde hace una década. Otras tendencias sugieren que la reducción de los costos tecnológicos dará lugar a que los pequeños fabricantes sigan el ejemplo de las grandes empresas automotrices, que transmiten sus archivos de diseño de una parte del mundo a otra, y mandan mensajes a máquinas generadoras de prototipos que a miles de kilómetros. Esto ya lo han hecho fácil y barato los diseñadores/productores de productos inmateriales como fuentes tipográficas y software, pero eventualmente el costo de hacer lo mismo en productos materiales debería bajar. Incluso podría ser posible fabricar productos a pedido y distribuirlos globalmente enviándolos por Internet al productor local.

Las escuelas de diseño, que históricamente prepararon diseñadores para servir a fabricantes más que para que se conviertan en emprendedores, deberían prestar más atención a estas condiciones y crear nuevos programas para diseñadores-emprendedores, que tienen que saber tanto de tecnología, marketing y administración como de diseño. Muchas universidades tienen la posibilidad de integrar este tipo de conocimientos, pero para hacer despegar este tipo de programas hace falta contar con el liderazgo y la visión de los educadores del diseño. Para esta práctica emergente, debería haber un grado de Maestría en Emprendimientos de Diseño, orientado a diseñadores que quieran ser tanto innovadores de productos como fabricantes.

Internet ha moldeado un movimiento mundial activo y poderoso de ciudadanos que están desafiando la capacidad de los gobiernos para administrar sus asuntos políticos dentro de los carriles tradicionales. Ahora se da una configuración de nuevas tecnologías y tipos de

producto desmaterializado, que pueden facilitar una acción civil similar en el reino de la cultura material. Necesitamos desesperadamente nuevos productos que respondan a necesidades sociales imperiosas que los grandes fabricantes no están atendiendo. En lo más alto de la lista de prioridades están los productos que resuelvan asuntos de sustentabilidad ecológica, como ya mencioné, pero también otras necesidades urgentes en sectores relacionados con la salud, los niños, la comunicación, los ancianos y los discapacitados.

Hasta ahora, los usuarios se han comprometido con el medio productivo con más flexibilidad que los productores. Hoy, los diseñadores-emprendedores tienen la oportunidad de crear una cultura de producto mucho más inventiva y espontánea que cualquiera que hayamos tenido en el pasado. Ellos pueden reducir las tendencias monopólicas de las grandes empresas en muchos sectores productivos, y crear productos para necesidades que aún están por surgir. Su impacto ya es evidente en sectores como el de la tipografía digital y el diseño de software. Con visión e iniciativa, se podría llegar mucho más allá.

Publicado el 18/09/2006

---

Versión original en inglés publicada en ICSID News, Febrero 2002. Traducción al español: Florencia Rodríguez Daniel.



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/el-disenador-como-productor>

