

El ABC del diseño

By Maria del Pilar Rovira Serrano

El abecedario como pretexto para generar debate: una letra por cada una de las características del diseño.

Mi amigo Marcelo es profesor en un máster dirigido principalmente a diseñadores, arquitectos e ingenieros. Un día me contó que al entrar en clase se encontró con los alumnos discutiendo, y eso era algo poco habitual. Intrigado por ese repentino cambio de actitud se interesó por el tema del debate: los estudiantes estaban discutiendo cómo se usaba un escalímetro, sin que ninguno de ellos acertara con su explicación. Lo interesante de esta historia no es que unos técnicos titulados desconozcan el uso de un instrumento básico en su profesión, lo relevante es que después de meses de convivencia en el aula por fin se relacionaban entre ellos. Al menos así es como recuerdo esta historia.

El motivo por el cual los seres humanos iniciamos un diálogo debería ser irrelevante: la previsión meteorológica, el fútbol, las vacaciones de verano, el uso de un escalímetro o el abecedario, como es el caso que nos ocupa. Se trata de buscar un pretexto para generar debate, no polémica. Esta es mi elección personal, ¿cuál es la suya?

A

A·lfabeto. Todos los seres vivos tenemos la capacidad de comunicarnos y, particularmente, los seres humanos pensamos, hablamos y escribimos —si bien es cierto que unos lo hacemos con más frecuencia que otros—, y para hacerlo necesitamos del alfabeto, que es la base de la comunicación humana.¹

B

tra·B·ajo. El trabajo, la acción y efecto de trabajar, supone intentar conseguir algo, generalmente con esfuerzo. Aquí el esfuerzo es la palabra clave, puesto que todo es posible si le *echamos ganas*.²

C

C·uriosidad. Somos curiosos; la naturaleza nos hizo curiosos. La curiosidad (interés, iniciativa, inquietud, energía, pasión, etcétera) es la manera que tenemos para relacionarnos con nuestro entorno, es lo que nos ha permitido evolucionar para llegar hasta donde estamos

y debería ser el combustible de nuestro motor (espíritu).³

D

D·iseño. El diseño es funcional, intangible, atemporal y universal; una manera de diferenciarnos. El diseño, en cualquiera de sus modalidades (espacios, gráfico, indumentaria, producto) es el valor añadido que necesitan las personas y las organizaciones (y los productos que ofrecen) para competir.⁴

E

E·spacio. El diseño de espacios consiste en materializar propuestas simbólicas a través de la distribución o redistribución de espacios interiores y exteriores, de espacios domésticos, comerciales o industriales⁵.

F

F·unción. De manera muy simplificada, todo diseño debería tener una función práctica (que tenga una utilidad), una función estética (que represente un valor cultural compartido por una comunidad) y una función simbólica (que signifique algo para las persona).⁶

G

G·ráfico. El diseño gráfico consiste en materializar propuestas simbólicas a través de la configuración, representación y transmisión de la información y significados por medio de la combinación de signos, letras, palabras, dibujos e imágenes.⁷

H

H·umor. No nos deberíamos tomar la vida en serio, por lo que el humor tendría que ser el estado afectivo más habitual en todos nosotros.⁸

I

I·ndumentaria. El diseño de indumentaria consiste en materializar propuestas simbólicas a través del dibujo textil y la confección de ropa, zapatos y otros complementos para humanos y no humanos.⁹

J

J-uego. El juego es una de las mejores maneras que tiene el ser humano para aprender y, además, también sirve para oxigenar nuestro intelecto.¹⁰

K

K-reativität. La creatividad es una poderosa fuerza que impulsa el progreso, de manera espontánea (inspiración) o de manera impulsada (transpiración), y es vital para los diseñadores.¹¹

L

L-eer. Vivimos en un mundo global que debemos conocer, porque la información es poder; y aquí entra en juego la lectura, no sólo de textos sino también de símbolos, imágenes, situaciones, contextos, relaciones, distancias, silencios, entre otros.¹²

M

M-anagement. La gestión es importante, y la gestión del diseño lo es aún más, puesto que supone el desarrollo, organización, planificación y control de los recursos de diseño al alcance de una empresa para conseguir productos, comunicaciones y entornos eficaces, centrados en el usuario y coherentes con los objetivos de la empresa.¹³

N

N-ecesidad. Las necesidades son el motor de los impulsos humanos (pregunten a Abraham Maslow), y los diseñadores deberíamos conocer estas necesidades a la hora de diseñar, especialmente si tenemos en cuenta que el diseño es una actividad de innovación centrada en el usuario.¹⁴

O

O-portunidad. Un diseño de éxito es un diseño oportuno, que aparece en el momento más conveniente.¹⁵

P

P-roducto. El diseño de producto consiste en materializar propuestas simbólicas a través de la creación de objetos físicos diversos con finalidades diversas; concretamente, las partes que

entrarán en contacto físico o psíquico con el ser humano.¹⁶

Q

e·Q·uipo. Saber trabajar en equipo, especialmente en equipos heterogéneos, interdisciplinarios, multidisciplinarios, interculturales y multiculturales, es una competencia transversal imprescindible para los diseñadores del siglo XXI.¹⁷

R

R·esponsabilidad. Los diseñadores deberíamos ser profesionales comprometidos con la sociedad y el medio ambiente, porque somos responsables de nuestro diseño: hoy, ante nuestro cliente, el cliente de nuestro cliente, el sector y el mercado; pero, mañana, seremos responsables ante las generaciones futuras.¹⁸

S

S·entidos. El cliente no solo quiere poseer objetos tangibles, también quiere comprar experiencias; quiere que le relaten una historia para sentir emociones. En respuesta a las inquietudes del mercado, los diseñadores deberíamos trabajar con los sentidos y para los sentidos; no únicamente la vista y el tacto, sino también el oído, el gusto y el olfato. Este es uno de los grandes retos del diseño del siglo XXI.¹⁹

T

T·hinking. A finales de la primera década del siglo XXI, junto a la innovación y al diseño, aparece el *Design Thinking*, no sólo como una forma de pensar, sino especialmente como una forma de trabajar, que va más allá del mundo del diseño.²⁰

U

U·niversal. El diseño *universal* (diseño inclusivo o diseño para todos) sirve de soporte a la diversidad y a la sostenibilidad, por lo que debe tener en cuenta la diversidad humana, la inclusión social y la igualdad. Por ello, el diseño *para todos* debería ser un elemento clave en las estrategias pro-activas del desarrollo sostenible (social, ambiental y económicamente).²¹

V

V·iajar. Hay que ser cosmopolita, ciudadanos del mundo, porque viajar abre la mente.²²

W

W·eb. El mundo cambia, y también nuestra manera de pensar, de acceder a la información y de relacionarnos. Lo queremos todo (simultaneidad) y lo queremos ya (inmediatez). Somos globales y digitales, y la clave de una gran ventaja competitiva es dominar el tiempo (aprovecharlo mejor) y el espacio (reducir distancias).²³

X

X. La ‘equis’ es el símbolo utilizado para representar la primera incógnita de un sistema de ecuaciones, ¿Por qué ‘equis’? Porque el diseño es *investigación* y está dotado de un método de trabajo riguroso que denominamos metodología proyectual.²⁴

Y

Y·e. La ‘ye’ es el símbolo utilizado para representar la segunda incógnita en un sistema de ecuaciones. ¿Por qué ‘ye’? Porque la ‘equis’ está muy vista y el diseño es innovación, un factor de cambio no tecnológico que mejora la competitividad, y un complemento imprescindible de la innovación tecnológica para la economía mundial.²⁵

Z

Z·zz. Necesitamos tiempo para pensar, tiempo para planificar, tiempo para hablar, tiempo para leer, tiempo para escribir pero, por encima de todo, necesitamos tiempo para descansar.²⁶

Published on 03/10/2014

-
1. Seth Godin (2003), "[How to get your ideas to spread](#)" (17:01 minutos), TED2003.
 2. Matt Cutts (2011), "[Try something new for 30 days](#)" (03:27 minutos), TED2011.
 3. InKNOWation (2012), *¿Te atreves a sonar?*
 4. «El diseño es designio hecho seña», de Yves Zimmermann, es una de las propuesta originales que ha publicado FOROALFA en 2011 sobre el concepto de diseño: "[El diseño como concepto universal \(Parte 1\)](#)"; "[El diseño como concepto universal \(Parte 2\)](#)"; y "[El diseño como concepto universal \(Parte 3\)](#)".
 5. *Interiors from Spain* es una iniciativa de ICEX España Exportación e Inversiones para promocionar los productos españoles de hábitat e interiorismo: mobiliario, iluminación, textil hogar, azulejo, cocina, baño y accesorios de decoración.
 6. Recomiendo la lectura de dos conocidos libros de Donald A. Norman: *El diseño emocional: Porque nos gustan o no los objetos cotidianos* (2005, Editorial Paidós Ibérica), y *La psicología de los objetos*

cotidianos (2010, Editorial Nerea).

7. Luciano Cassisi (03-04-2009), "[El dominio del diseño gráfico](#)", *FOROALFA*. Norberto Chaves (03-08-2009), "[Diez Principios del diseño gráfico](#)", *FOROALFA*. Joan Costa (27-11-2012), "[Cambio de paradigma: la Comunicación Visual](#)", *FOROALFA*.
8. Apollo Robbins (2014), "[The art of misdirection](#)" (08:47 minutos), *TEDGlobal 2013*.
9. [Fashion from Spain](#) es la marca para las acciones de promoción internacional de las empresas españolas de moda: moda mujer, hombre y niño, calzado, complementos de moda y belleza.
10. Jane McGonigal (2013), "[Massively multi-player... thumb-wrestling?](#)" (7:18 minutos), *TED Global 2013*.
11. Ken Robinson (27-03-2011), "[Los secretos de la creatividad. Entrevista de Eduard Punset a Ken Robinson](#)" (28:26 minutos), *REDES 89* (RTVE).
12. [FOROALFA](#) se presenta a sí mismo como un medio de reflexión y polémica alrededor del diseño, *branding* y comunicación.
13. María del Pilar Rovira (22-11-2010), "[La «otra» gestión del diseño](#)", *FOROALFA*.
14. Abraham H. Maslow (1943), "[A Theory of Human Motivation](#)" (370-396), *Psychological Review Vol. 50* (4).
15. Terry Moore (2005), "[How to tie your shoes](#)" (02:59 minutos), *TED2005*.
16. El portal [DesignBoom](#) se presenta como la revista digital más popular de arquitectura y diseño en el mundo.
17. Derek Sivers (2010), "[How to start a movement](#)" (03:09 minutos), *TED2010*.
18. Antoni Mañach (07-11-2010), "[La ética no es una ley divina](#)", *FOROALFA*. Red de Diseñadores con Conciencia Social (23-03-2014), "[Cómo iniciarse en el Diseño con Conciencia Social](#)", *FOROALFA*. Red de Diseñadores con Conciencia Social (23-04-2014), "[Entrevista a Jorge Frascara](#)", *FOROALFA*. Red de Diseñadores con Conciencia Social (02-06-2014), "[Entrevista a Natalia Notthoff](#)", *FOROALFA*. Red de Diseñadores con Conciencia Social (07-07-2014), "[Entrevista a Joan Costa](#)", *FOROALFA*.
19. Jinsop Lee (2013), "[Design for all 5 senses](#)" (09:03 minutos), *TED2013*.
20. María del Pilar Rovira (28-05-2013), "[Mirar, observar, ver, imaginar, inventar, crear](#)", *FOROALFA*.
21. El [EIDD Design For All Europe](#) es una red europea que agrupa a 34 organizaciones en 23 países europeos.
22. Recomendaciones sobre viajes en la web de [Los Amigos](#).
23. [The Chuetrain Manifiesto](#), presentado en 1999, desglosa a través de 95 tesis las implicaciones del uso de las nuevas tecnologías para el comercio. [Google Analytics](#) es un servicio gratuito de estadísticas de sitios web. [Google Alerts](#) es un servicio de supervisión de contenidos en la red que notifica automáticamente cuando un nuevo contenido coincide con la búsqueda seleccionada por el usuario (podemos hacer que el servicio nos avise cuando salgamos en la web).
24. Terry Moore (2012), "[Why is □x□ the unknown](#)" (03:57 minutos), *TED2012*. María del Pilar Rovira (30-06-2013), "[Ser original consiste en volver a los orígenes](#)", *FOROALFA*.
25. *Design as a driver of user-centred innovation* (el diseño como motor de la innovación centrado en el usuario) fue el título de un proyecto europeo que la Unión Europea desarrollo a lo largo del año 2009 y que dio lugar a un [documento de trabajo](#) publicado en abril de 2009, a una consulta en línea que finalizó el 26 de junio de 2009 y a un [informe de resultados](#) publicado en octubre de 2009; este proyecto refleja la importancia del diseño. Para explotar el potencial del diseño como innovación no tecnológica, la Iniciativa de Diseño Europeo de Innovación (EDII) constituyó en 2011 un grupo de trabajo integrado por 15 expertos de diferentes ámbitos del diseño, la industria y la universidad, denominado *European Design Leadership Board* (EDLB) que en septiembre de 2012 presentó un informe titulado [Design for Growth & Prosperity](#) con 21 recomendaciones. En respuesta, la Unión Europea publicó el 23 de septiembre de 2013 un

documento de trabajo para la [Aplicación de un plan de acción para la innovación en materia de diseño](#)).

26. ¿Conocen la «Teoría de los 8-8-8: trabajo, ocio, descanso»? Parece ser que la teoría tiene más de 100 años, pero todavía funciona.



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/el-abc-del-diseno>

