Mirar, observar, ver, imaginar, inventar, crear

Por Maria del Pilar Rovira Serrano

Frase atribuida a Le Courbusier que permite introducirnos en la investigación, el diseño y el Design Thinking.

«Mirar, observar, ver, imaginar, inventar, crear» es una conocida máxima atribuida al gran arquitecto y diseñador suizo-francés Charles-Édouard Jeanneret-Gris, «Le Courbusier» (1887-1965), que permite introducirnos en la investigación, el diseño y el Design Thinking. Sé que se ha hablado en FOROALFA sobradamente de este tema y que puede parecer que es más de lo mismo, pero ¿por que no repetir?

Investigación y diseño

Los seres humanos investigamos para analizar, para saber cómo es la realidad; investigamos para explicar porqué es así la realidad; investigamos para predecir cómo se puede comportar la realidad o un sector de ella; en fin, investigamos para actuar, para controlar y transformar esa realidad.

El método científico se presenta como un procedimiento, que comparten todas las ciencias, al menos en su esencia; se trata de un procedimiento de actuación general seguido en el conocimiento científico y se concreta en un conjunto de trámites, fases o etapas que la ciencia utiliza para observar la realidad, teorizar sobre esta realidad, e intentar demostrar la teoría en cuestión.

Se trata de unos pasos definidos con el objetivo último de ampliar los conocimientos de la humanidad, que resumidamente se concretan en las tres fases de la investigación científica:

- Observar (investigar, descubrir y medir)
- Clasificar y tabular (agrupar y relacionar)
- Analizar y explicar (estudiar e interpretar)

Esta propuesta no es tan diferente de la sintética propuesta de proceso de diseño formulada en tres pasos por Tim Brown (inspiración, ideación e implementación),[1] porque método científico y proceso de diseño no son tan importantes cuando lo esencial es la manera como desarrollamos esta metodología, como pensamos y como trabajamos, como investigamos y como observamos, es decir, como utilizamos el *Design Thinking* en nuestra vida cotidiana y en nuestra vida profesional, porque el cambio de siglo introduce, junto a la innovación y el diseño, el *Design Thinking*, no sólo como una forma de pensar, sino especialmente como una

forma de trabajar.

Piensa en diseño, trabaja con el diseño

Aunque no fue el pionero en promover esta una corriente de pensamiento que propone una manera diferente de enfocar los problemas, se considera a Tim Brown como el máximo exponente del *Design Thinking*.[2] Él es la persona que ha popularizado esta forma de pensar (y trabajar), también es su autor más representativo y la cabeza visible de un nutrido colectivo de profesionales que desde la consultora IDEO han adaptado este tema a más ámbitos de actuación (diseño, negocio, educación, proyectos solidarios, desarrollo sustentable, etc.).

Sin embargo, el mismo Tim Brown reconoce públicamente que se ha inspirado en los trabajos del educador y consultor Roger Martin[3] sobre el *Integrative Thinking* (pensamiento integrador), para desarrollar sus ideas sobre *Design Thinking*, que los responsables del portal de diseño ForoAlfa traducen como *pensamiento diseñístico*, *pensamiento de diseño* o *pensamiento proyectual*.[4]

Antes de hablar del *Design Thinking*, y ya que Tim Brown ha introducido el tema, comencemos hablando un poco del *Integrative Thinking*, que Roger Martin presenta, en palabras de Tim Brown, como la capacidad de explorar ideas opuestas y limitaciones opuestas para crear soluciones nuevas.

Se trata de un proceso para la toma de decisiones en cuatro pasos:

1. Relevancia.
2. Relaciones.
3. Construcción de modelos mentales.
4. Toma de decisiones.

En fin, propone utilizar nuestro conocimiento sobre los modelos de pensamiento existentes para construir (en vez de elegir) nuevos modelos de pensamiento personalizados.

El *Integrative Thinkin*g aplicado al diseño supone equilibrar lo que los seres humanos necesitamos, de una parte, con la viabilidad técnica y viabilidad económica, de otra parte; esto es para Tim Brown el *Design Thinking*.[5]

Hoy en día, el *Integrative Thinking* excede el mundo de los negocios, de la misma manera que el *Design Thinking* excede el mundo del diseño, porque el *Design Thinking*:

- Es una mentalidad, una forma de pensar (y de trabajar) centrada en el ser humano, participativa, experimental, y optimista, que sirve para aprovechar más y mejor el tiempo.
- Tiene que ver con «la forma en que los diseñadores profesionales piensan, enfrentan

problemas y llegan a soluciones»; «tiene que ver con entender la conducta humana respecto del producto para luego llegar al desarrollo del mismo».[6]

- Es «una forma de pensar la gestión basada en el diseño»;[7] supone aplicar «el método proyectual de los diseñadores al campo de la gestión empresarial».[8]
- Nos propone a todos pensar como un diseñador; utilizar su especial manera de pensar (y de trabajar) en cualquier situación en la que debamos tomar una decisión.

La palabras son poderosas... No quiero poner el dedo en la llaga de nadie, pero hablamos de *Desing Thinking*, de la manera de pensar de los diseñadores; no hablamos ni de *Arquitectural Thinking* ni de *Engineering Thinking*... ¿Algo tendrán los diseñadores si los gurús del *management* del siglo XXI recomiendan a todos los agentes económicos que integran la cadena de valor de cualquier sectores de la actividad económica utilizar el *Design Thinking*, muy especialmente en esta época de crisis integral que nos ha tocado vivir?

Paso a paso, fase a fase, el *Design Thinking* engloba todas y cada una de las etapas del proceso de diseño, donde lo importante no es la etapa en sí misma, sino la manera cómo utilizamos nuestro cerebro en cada una de ellas.

El *Design Thinking* pone el acento en discurrir mucho; nunca en el sentido de *correr*, sino en el sentido de «reflexionar, pensar, hablar acerca de algo, aplicar nuestra inteligencia», tal como recuerda Leopoldo Abadía en la Crisis Ninja...[9] y siempre trabajando duro, es decir, pensar en diseño y trabajar con el diseño.

Publicado el 28/05/2013

---

1. Tim Brown, es presidente y CEO de la consultora norteamericana IDEO - A Design and Innovation Consulting Firm. Para quien todavía no lo conozca, recomiendo el visionado de estas dos conferencias: «Tim Brown: Tales on creativity and Play», 27:54 minutos, Serious Play The 2008 Art Center design Conference, Pasadena, TED y «Tim Brown urges designers to think big», 16:50 minutos, TEDGlobal2009, Oxford, TED.
2. IDEO - A Design and Innovation Consulting Firm.
3. Web de Roger Martin.
4. Nota de la redacción en V. Encarnación, «Del valor de la información al valor del diseño», Buenos Aires, FOROALFA, 03-02-2010.
5. IDEO & Heifer International & The International Center for Researh on Woman & Internacional Development Enterprise, *Human-Centered Design Toolkit*, 2009.
6. D. Rodríguez, «¿Qué es el Design Thinking», Buenos Aires, FOROALFA, 12-01-2010.
7. X. Viladàs, «El desing thinking ya no es lo que era entonces», Buenos Aires, FOROALFA, 30-06.2010.
8. M.A. Milá, «8. Estrategias para la comercialización del producto», págs. 132-141, *Diseñando con las*

manos. Proyecto y proceso en la artesanía del siglo XXI, Madrid, Fundesarte, 2011 (citando a Xenia Viladás).

9. L. Abadía, *La crisis ninja y otros misterios de la economía actual*, págs. 64-66, Madrid, Espasa Libros, 2009.

FOROALFA

ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/mirar-observar-ver-imaginar-inventar-crear