

Primavera

By Ronald Kapaz

Lo que yo pienso del Design Thinking.



«En su búsqueda de oro los alquimistas descubrieron muchas otras cosas de mayor valor».

Arthur Schopenhauer

Todos vivimos de alguna forma, en virtud del contexto, hipnotizados por la ilusión de la

felicidad que el «oro» trae.

Time is money (el tiempo es dinero). Esta máxima que reverbera en el subconsciente de cada uno como un mantra, resuena, arrullándonos como el canto de una sirena o como una amenaza. «La dictadura del rendimiento y el pragmatismo», a la que se refirió con precisión el nuevo Papa Latino cuando estuvo en Brasil, puede ser una traducción o la causa del malestar e incomodidad global que ha llevado a los jóvenes a las calles en Egipto, Turquía y Brasil. Bautizamos ese movimiento como Primavera Global.

El mundo está triste. La carrera desenfadada para el éxito, los *likes* y los resultados casi siempre numéricos, está destruyendo, poco a poco, el territorio de lo sutil, lo sensible, lo misterioso y lo mágico.

El desencantamiento del mundo que se originó con la creciente supremacía de la razón y el cientificismo, hizo que el hombre, un ser simbólico por excelencia, perdiera el contacto con la dimensión emocional, instintiva, intuitiva, afectiva y vital.

«En una criatura sensible, lo que no se hace por una afección no produce ni un bien ni un mal a la naturaleza de esa criatura».
Shaftesbury. *Características de los hombres*

¿La capacidad de comprensión del mundo ha debilitado nuestra capacidad de experimentar el mundo?

Y nació el Design Thinking...

En las mesas en que participo sobre el tema, me gusta provocar con la siguiente reflexión: ¿por qué en este momento de nuestra historia ha nacido una nueva disciplina como el «Design Thinking» y no un «*Scientific Thinking*», «*Engineering Thinking*» o un «*Mathematical Thinking*»? ¿Por qué el interés específico en el diseño? Y también complemento la pregunta con la siguiente duda: nosotros, los diseñadores, ¿pensamos de manera diferente? ¿Qué crees? ¿Qué piensas? ¿Qué sientes?

Siento que aquí hay un error cognitivo. En el intento de lograr un objetivo muy pertinente y oportuno —de volver a encantar al mundo— acabamos interpretando la solución como un «pensar». Nada más sintomático...

La gran pregunta que suscita el interés por el diseño y los diseñadores no es, en mi opinión, el «pensar» sino el *feeling* (el «sentir»). Nosotros, los diseñadores, no pensamos diferente, y no sólo pensamos... inosotros sentimos el mundo de manera diferente!

Yo llamaría a esta disciplina del Design Thinking, «*Design Feeling*», porque es la capacidad de percibir el mundo a través del hemisferio derecho de nuestro cerebro, que se ha atrofiado en la mayoría de los hombres, lo que diferencia al diseñador y provoca respuestas «fuera de la caja», «mágicas», «creativas», «innovadoras» y con todas las demás cualidades que se asocian con el quehacer del diseñador, y que tanto interesan a los ejecutivos y gerentes de todo el mundo.

«Quien no comprende una mirada, mucho menos entenderá una larga

explicación».
Proverbio árabe

Si el Design Thinking ha surgido y se enseña para inspirar a los no-diseñadores a pensar como diseñadores, que no sea sólo impulsando a los alumnos e interesados a «pensar», sino a «sentir», a través de una re-conexión con el mundo sensible, los sentidos (mirar el mundo, ir al campo), y actuando directamente sobre el material (prototipado, tacto, vista), que está en el paso-a-paso de la metodología sistemática como proceso, pero que necesita ser enseñado principalmente como un «sentir», y no sólo como un «pensar», para hacer frente a los retos y los resultados buscados.

(...Y sigo preguntándome, ¿por qué son los diseñadores quienes están utilizando el Design Thinking...?)

Es en «volver a sentir el mundo otra vez» donde puede estar la respuesta a muchos problemas actuales como la angustia, la violencia, la aceleración y la inquietud. Pero que este regreso no sea otra vez para buscar oro, porque encuentro muchas otras cosas más interesantes que dejamos por el camino y tenemos que recuperar lo más rápido posible.

Los alquimistas están llegando...

Published on 25/01/2014

FOROALFA

ISSN 1851-5606
<https://foroalfa.org/articulos/primavera-2>

