

## El impacto económico y la promoción del diseño en España

Elisa Sáinz

*ddi es una sociedad, depende del Ministerio de Industria Comercio y Turismo de España, que desde 1991 ha estado gestionando la política de promoción del diseño. Se revisará la situación actual del diseño en el país (de acuerdo con los resultados del estudio sobre el Impacto económico del Diseño), así como la actividad de promoción del diseño dirigida a Pequeñas y Medianas Empresas llevada a cabo por ddi.*

La elaboración del Estudio del Impacto Económico del Diseño por parte de ddi se enmarca política de diseño del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España. Por un lado, los resultados obtenidos proporcionan información para la planificación de futuras líneas de actuación en el ámbito de la innovación y de política de la Pequeña y Mediana Empresa y, por otro, sirve para la evaluación del impacto de los programas desarrollados.

El estudio, sin embargo, aporta una serie de datos que contribuyen a reforzar la idea de que el diseño, correctamente gestionado, constituye una fuente de ventajas competitivas, una eficaz metodología para la innovación de productos y procesos y un factor de rentabilidad económica en cualquier sector.

El diseño es cada vez más un valor en alza, un factor ineludible para que las empresas crezcan y sus productos y servicios sintonicen con las demandas y las expectativas de sus clientes, así como un factor de mejora para el conjunto de la sociedad, que contribuye a elevar el progreso, la calidad de vida y el bienestar de las personas, y todo ello de manera sostenible.

Con este trabajo, se pretende ayudar a sensibilizar a un mayor número de empresas sobre la importancia y el valor estratégico que el diseño tiene para la competitividad.

El estudio se ha planteado como un medio para obtener una información que permita completar, a lo largo del

tiempo, una representación, lo más completa posible, de cómo se interioriza la función diseño en las empresas españolas y su situación en relación a otros países europeos.

Los indicadores que se integran en el trabajo y que se monitorizarán en sucesivas ediciones son:

- Qué puesto ocupa el diseño entre las funciones consideradas estratégicas para la empresa.
- Cómo y dónde se contratan los servicios de diseño, una vez detectada la necesidad de incorporarlos.
- Cómo se organiza y gestiona la función diseño en la empresa, cuál es su nivel de integración y su dependencia operativa respecto a otras áreas funcionales.
- Qué contribución espera del diseño la empresa española.
- Cómo mide, valora e interpreta la empresa el retorno y los beneficios tangibles e intangibles que le aporta el diseño.

Sobre la base los resultados del estudio, que reflejan la realidad del diseño en la empresa española, se presentan las políticas de promoción del diseño que actualmente está desarrollando ddi.

En este sentido se hace un repaso de los objetivos que se marca actualmente ddi en la promoción del diseño, así como de las distintas líneas de actividad que está desarrollando y que son:

- asistencia para la evaluación de proyectos de innovación
- promoción de la innovación y el diseño en las empresas
- internacionalización del diseño español
- colaboración con agentes públicos y privados
- generación y difusión del conocimiento

Esta conferencia fue dictada por **Elisa Sáinz** (ddi- Sociedad Estatal para el Desarrollo del Diseño y la Innovación S.A. España) el martes 31 de julio en el 2º Encuentro Latinoamericano de Diseño 2007, Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

## Ética, diseño y política

Hugo Salas

*La conferencia intentará abordar un punto poco común en la reflexión académica actual, a saber ¿por dónde pasa, más allá de los mínimos códigos de honestidad intelectual exigibles en todo desempeño profesional, la ética del diseño como disciplina en general, en nuestro tiempo histórico presente?*

Sólidamente establecido como práctica y oficio, el diseño comienza a constituirse como objeto y disciplina dentro del ámbito académico. Esto obliga a todas las casas de estudio involucradas en su enseñanza a plantearse una pregunta: ¿existe, más allá de los códigos habituales del

desempeño profesional, un problema específico dentro del terreno de la ética que el área del diseño pueda reclamar como propio?

En primer lugar, habré de advertir la estrecha vinculación del diseño con la sociedad de consumo post-industrial. Sostendré que es justamente este punto el que permite pensar la ruptura, y no la continuidad, entre el diseño y las artes: su posición diferencial frente al mercado. De ello se sigue la determinación de la función del diseño en la sociedad presente, lo que gravita intensamente sobre el problema de su valor.

Tales disquisiciones me permitirán señalar que el diseño, entonces, lejos de ser una actividad presente a lo largo de la historia en general, corresponde a un momento histórico preciso de la humanidad, signado por la producción y circulación de mercancías tendiente a fomentar la acumulación del capital. De lo que se

sigue, por tanto, que corresponde al diseño en general, y a cada diseñador por su cuenta, plantearse los interrogantes éticos que signan hoy a la sociedad de consumo y al sistema de acumulación del capital –fundamentalmente, las cuestiones ambientales y humanas vinculadas directamente a la expansión del consumo y la sobreexplotación de los recursos con el fin de traducirlos

al capital–, haciendo del problema ético del diseño un problema básica y fundamentalmente político en la sociedad contemporánea.

Esta conferencia fue dictada por **Hugo Salas** el jueves 2 de agosto en el 2º Encuentro Latinoamericano de Diseño 2007, Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

## Remix urbano o la pertinencia del diseño en la ciudad.

Federico Sánchez Villaseca

“Reunirse es la razón y el origen de la ciudad. En otras palabras la ciudad es el deseo del hombre de comunicarse”<sup>1</sup>. A partir de la cita de este gran arquitecto estadounidense, se nos hace inevitable caer en la cuenta de que la ciudad, como tal, es un fenómeno inherente al hombre: el ponerse ante otros y comunicarse. Sin ir más lejos, podríamos apresurarnos en afirmar ante esta reflexión, que la ciudad es una expresión, fundamentalmente, de Diseño. Diseño en cuanto la disciplina que designa, tanto que podemos aventurarnos a nombrarla como “el arte de desplegar signos”. Más aún si esos signos nos hacen aparecer ante los otros y ante uno mismo, es decir, nos hacen habitar. Todo esto tiene por objetivo validar la pertinencia del diseño ante el hecho urbano. Nada menos que, como el encargado de que la ciudad sea aquello, que como plantea Louis Kahn, pretende ser.

Debemos proponernos una nueva mirada, refrescante e innovadora de la ciudad; respecto de su pasado, nuestro presente y por qué no, de sus potenciales futuros. Subyace en esta operación una intención transversal y multidisciplinar. A modo de ejemplo, los coloquios de Darmstadt<sup>2</sup> no son otra cosa que aquella voluntad de buscar nuevas miradas respecto de un viejo problema, el comunicarnos. Es así como filósofos de la talla de Heidegger<sup>3</sup> u Ortega y Gasset, son citados a proponer un modo de seguir adelante, construyendo la instancia para encontrarnos.

El método que usaremos para nuestro proyecto, no es otro que el que propone la “experiencia urbana”: el vivir la ciudad; donde las cosas ocurren más allá de lo estrictamente predecible. Podemos planificar la ciudad, sin embargo, no podremos jamás determinar la magnitud de lo que, desde ella, naturalmente surge. Como si la ciudad fuese una gran licuadora de emociones, sensaciones, actitudes, acciones y tantas otras cosas. ¿Qué mejor manera de nombrarla entonces, que Remix Urbano!

### Una reflexión sobre la ciudad cotidiana

El concepto de remix o remezcla parece ser otro producto de la sociedad contemporánea, sin embargo cabe hacerse la siguiente pregunta ¿qué es realmente un remix?

La noción más frecuente que se tiene de remix habla de una pieza musical alternativa a una original. Una nueva versión que puede reconstruir el material original a partir

del rescate de elementos reconocibles o que opta por generar una obra completamente nueva.

Comúnmente asociado al mundo de la música electrónica, el remix vivió su legitimación como un género más dentro de la música pop durante la década de los '90. Sin embargo, el concepto de *copy-paste* característico del remix, ya había sido institucionalizado como una potente herramienta de experimentación y creación por los pioneros de la música electrónica durante la primera mitad del siglo XX. Pese a este origen experimental e innovador, hoy el remix ha perdido gran parte de su frescura, transformándose en un apartado más en las estanterías de discos y cayendo dentro de los lugares comunes más básicos de nuestra sociedad.

Pero ¿qué ocurre cuando llevamos este concepto al campo del diseño? ¿Es posible generar nuevas lecturas sobre temas que parecen tan complejos –y supuestamente estructurados– como la ciudad?. ¿Qué sucedería si cada uno de nosotros tuviera la posibilidad de reordenar o reconstruir Santiago de la manera que nos dé la regalada gana?

Remix Urbano es una experiencia de diseño que plantea una reflexión transversal sobre la ciudad en que nos movemos diariamente. Un ejercicio que indaga de manera positiva en la visión y proyección de un Santiago construido a partir de retazos, de fragmentos de lo cotidiano, de historias que nacen en lo particular y que trascienden a lo universal.

Santiago es una ciudad compuesta de pedazos –una Remezcla!– que se alimenta de lo local y lo global, una sumatoria de *layers* que contienen innumerables elementos tangibles e intangibles de distintas sociedades, culturas, épocas, economías, etc. Hoy por hoy, nos encontramos con una urbe dispersa, insólita, muchas veces dejada al azar, un tipo de ciudad que según Rem Koolhaas se genera más por omisión que por intención y cuya manifestación más visible y obvia es la formación de un paisaje urbano que nos es extraño, un paisaje que, cuando lo analizamos con criterios tradicionales, nos resulta difuso, tenue, amorfo e interrumpido.

La escuela de diseño de la Universidad Diego Portales, en su afán por formar profesionales insertos en la actualidad urbana local-global, junto a Metro Chile han impulsado esta “puesta en valor” de la ciudad desde la perspectiva de innovación.

Cada una de las piezas que componen la Exposición Remix Urbano es el producto de la mirada particular de 26 jóvenes diseñadores de la Escuela de Diseño de la Universidad Diego Portales, sobre esta naturaleza escurridiza y mutante que nos rodea, la que nos lleva a la necesidad de reflexionar y redefinir qué entendemos por ciudad, sobre todo desde